

UNIVERSIDAD DE ALICANTE
INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIONES TURÍSTICAS
MASTER OFICIAL EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

Ewerton Monti
tonmonti@hotmail.com

**LA CRISIS ECONÓMICA DE 2008 Y EL TURISMO:
Análisis de efectos y medidas de respuesta en
Rio Grande do Norte, Brasil**

Alicante
2011

EWERTON MONTI

**LA CRISIS ECONÓMICA DE 2008 Y EL TURISMO:
Análisis de efectos y medidas de respuesta en
Rio Grande do Norte, Brasil**

Proyecto presentado por Ewerton Monti al Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante, como requisito parcial para la conclusión del Master Oficial en Dirección y Planificación del Turismo.

Dirigido por Prof. Dr. Moises Hidalgo Moratal

Alicante

2011

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Fundación Carolina, pues sin la beca que me concedió la realización de este trabajo y del Master en Alicante no serían posibles.

Agradezco al tutor de este trabajo, Profesor Moises Hidalgo Moratal, por sus clases, sus ideas, sus lecturas de las versiones anteriores del trabajo, su apoyo, y su paciencia.

Agradezco a todos los entrevistados que dedicaron una parte de su tiempo a colaborar con este trabajo. Sus opiniones fueron esenciales.

Agradezco al Profesor Antonio Aledo y el equipo de investigadores del proyecto *Causas y consecuencias de la globalización del turismo de segunda residencia: del mediterráneo español al litoral nordestino brasileño*. Sus observaciones me motivaron a desarrollar este trabajo.

Agradezco a mis amigos de FIPE en Brasil, especialmente el Profesor Wilson Abrahão Rabahy y Moisés Diniz Vassallo, que tanto me apoyan, pero no saben lo tanto que les soy grato.

Agradezco a mi amiga Analú, que dio importantes sugerencias para el cuestionario de la investigación.

Agradezco a los amigos que hice a lo largo de la estancia en España. Qué pena no poder estar más tiempo juntos.

Agradezco a mi familia, por todo el apoyo que siempre me ha dado.

Y agradezco a Juliana, así como agradezco todos los días la suerte de tenerla conmigo. Muchas horas de nuestros primeros años viviendo juntos fueron dedicadas a este trabajo, pero a su lado todo es más fácil, bonito y agradable, y ahora finalmente lo he terminado.

RESUMEN

En el trabajo se analizan las consecuencias de la crisis económica internacional de 2008 sobre el turismo en el destino Rio Grande do Norte (Brasil), dedicándose especial atención a los efectos de esta crisis y a las medidas implantadas para afrontarlos. Rio Grande do Norte es un Estado de la región Nordeste de Brasil que en los años 2000 registró un fuerte aumento de la llegada de turistas, especialmente de los internacionales. Además del turismo hotelero tradicional, crecieron de forma destacable las inversiones en proyectos turístico-inmobiliarios, impulsando la construcción de segundas residencias para extranjeros, para fines de ocio o inversión. Diversas empresas europeas se involucraron en la expansión de este segmento, atendiendo a un público también europeo. Sin embargo, había críticas al aumento de los proyectos turístico-inmobiliarios debido a sus impactos negativos ambientales, sociales y económicos. Este panorama cambió con la crisis económica internacional de 2008, que causó graves problemas a la economía mundial, afectando también el turismo. El impacto fue más acentuado en Europa, justamente el principal mercado emisor de turistas a nivel mundial. La disminución de los viajes de europeos al exterior afectó el turismo receptor internacional de Brasil y, en este país, los destinos turísticos que dependían en mayor medida de los mercados internacionales, como es el caso del Estado de Rio Grande do Norte. El descenso de las llegadas de turistas internacionales a Rio Grande do Norte solamente no fue más perjudicial porque el destino se benefició de la situación favorable de la economía brasileña. El país salió rápidamente de la crisis, registrando crecimiento acelerado debido al consumo interno. El turismo doméstico aumentó en consecuencia, y en el Rio Grande do Norte compensó la disminución del flujo de los extranjeros. A su vez, al contraer la demanda y la financiación internacional, la crisis afectó los proyectos turístico-inmobiliarios en el Estado, que fueron paralizados, cancelados o readecuados a la nueva situación. Se considera este un efecto positivo por cohibir, al menos temporalmente, inversiones que causaban problemas a los cuales el poder público no daba la necesaria atención. El trabajo proporciona evidencias empíricas sobre gestión de crisis en el turismo, además de analizar las repercusiones locales de la crisis internacional. Este estudio de caso se realiza a partir de un referencial teórico formado por contribuciones de diversas áreas, y por fuentes de información primaria y secundaria, incluyéndose una encuesta con entidades del turismo en el Estado.

Palabras clave: crisis económica internacional de 2008, crisis, turismo, inmobiliario, Rio Grande do Norte, Brasil.

ABSTRACT

This work analyses the consequences of the global economic crisis of 2008 on the destination Rio Grande do Norte (Brazil). It devotes special attention to the effects of this crisis and the measures implemented to address them. Rio Grande do Norte is a state in the Northeast region of Brazil. Tourist arrivals, especially international tourists, saw a sharp increase in this destination in the 2000's. In addition to the traditional hotel tourism, investments in real estate tourism projects grew remarkably in this same period, increasing the construction of second homes for foreigners, used both for leisure or investment purposes. Several European companies were involved in the expansion of this segment, interested in attending the European public. However, there was criticism on the expansion of real estate tourism projects due to their negative outcomes, whether environmental, social or economic. This scenario changed with the international economic crisis of 2008, which caused serious problems for the world economy, also affecting tourism. The impact was more intense in Europe, the main tourist source market worldwide. The decline in European travel overseas affected international inbound tourism in Brazil and, as a consequence, its tourist destinations that depended more on international markets, such as the state of Rio Grande do Norte. The decline in international tourist arrivals in Rio Grande do Norte was not more negative only because the destination has benefited from the prosperous situation of the Brazilian economy. The country emerged from the crisis more quickly than the major economies, recording an accelerated growth supported mainly for domestic consumption. As a consequence, domestic tourism increased and the state of Rio Grande do Norte could compensate the decrease of international tourism. At the same time, by reducing the international demand and financing alternatives, the crisis seriously affected the real estate tourism projects in the state. Those projects were paused, canceled or readjusted to the new situation. It is considered that the latter effect may be positive to inhibit, at least temporarily, investments that were causing problems to which the public authority was not giving the proper attention. This paper provides empirical evidence on crisis management in tourism, and analyses the local impacts of the international crisis. This case study is developed based on a theoretical framework of investigations performed on different areas of knowledge. It is also based on primary and secondary sources of information, including a survey of tourism bodies in the state.

Keywords: international economic crisis of 2008, crisis, tourism, real estate, Rio Grande do Norte, Brazil.

RESUMO

Neste trabalho se analisam as consequências da crise econômica internacional de 2008 sobre o turismo no destino Rio Grande do Norte (Brasil), dedicando especial atenção aos efeitos desta crise e às medidas implantadas para enfrentá-los. O Rio Grande do Norte é um Estado da região Nordeste do Brasil que nos anos 2000 registrou um forte aumento da chegada de turistas, especialmente dos internacionais. Além do turismo hoteleiro tradicional, cresceram de forma destacável os investimentos em projetos turístico-imobiliários, impulsionando a construção de segundas residências para estrangeiros, com fins de lazer ou investimento. Diversas empresas europeias se envolveram na expansão deste segmento, atendendo um público também europeu. No entanto, existiam críticas contra a expansão dos projetos turístico-imobiliários devido aos seus impactos negativos ambientais, sociais e econômicos. Este panorama se modificou com a crise econômica internacional de 2008, que causou graves problemas na economia mundial, afetando também o turismo. O impacto foi mais acentuado na Europa, justamente o principal emissor mundial de turistas. A diminuição das viagens de europeus ao exterior afetou o turismo receptivo internacional do Brasil e, neste país, os destinos turísticos que dependiam em maior medida dos mercados internacionais, como é o caso do estado do Rio Grande do Norte. A redução das chegadas de turistas internacionais no Rio Grande do Norte somente não foi mais prejudicial porque o destino se beneficiou da situação favorável da economia brasileira. O país saiu rapidamente da crise, registrando crescimento acelerado devido ao consumo interno. O turismo doméstico aumentou em consequência, e no Rio Grande do Norte compensou a diminuição do fluxo de estrangeiros. Por sua vez, ao reduzir a demanda e o financiamento internacional, a crise afetou os projetos turístico-imobiliários no estado, que foram paralisados, cancelados ou readequados a nova situação. Considera-se este um efeito positivo por coibir, pelo menos temporariamente, investimentos que causavam problemas que não recebiam a devida atenção do poder público. O trabalho proporciona evidências empíricas sobre gestão de crises no turismo, além de analisar as repercussões locais da crise internacional. Este estudo de caso é realizado a partir de um referencial teórico formado por contribuições de diversas áreas e por fontes de informação primária e secundária, que incluem uma pesquisa com entidades do turismo no estado.

Palavras chave: crise econômica internacional de 2008, crise, turismo, imobiliário, Rio Grande do Norte, Brasil.

SUMARIO

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Contextualización	1
1.2 Objetivos.....	8
1.3 Relevancia de la investigación.....	8
1.4 Organización del trabajo.....	11
2. LAS FLUCTUACIONES ECONÓMICAS Y SUS EFECTOS EN EL TURISMO.....	14
2.1 Variables influyentes en la demanda y oferta turísticas	14
2.2 Características principales de los ciclos económicos	16
2.3 Los ciclos económicos y su relación con el turismo.....	20
2.4 Conclusiones del capítulo	23
3. LAS CRISIS Y SU GESTIÓN EN EL TURISMO.....	25
3.1 Conceptos y características sobre crisis.....	25
3.2 La gestión de crisis en el turismo.....	32
3.3 Las crisis económicas y el turismo	39
3.3.1 <i>La crisis financiera asiática de 1997</i>	40
3.3.2 <i>La crisis económica turca de 2001</i>	49
3.3.3 <i>Otros enfoques sobre el impacto de crisis económicas en el turismo</i>	51
3.4 Conclusiones del capítulo	57
4. EL TURISMO EN LA CRISIS ECONÓMICA INTERNACIONAL DE 2008	61
4.1 La crisis económica internacional de 2008.....	61
4.1.1 <i>Breve explicación sobre los orígenes y detonantes de la crisis</i>	61
4.1.2 <i>Algunos impactos de la crisis económica</i>	71
4.2 La crisis económica en Brasil: impactos y medidas de respuesta.....	78
4.2.1 <i>Impactos de la crisis en Brasil</i>	78
4.2.2 <i>Medidas del gobierno brasileño contra la crisis</i>	82
4.2.3 <i>Análisis del desempeño de la economía brasileña en la crisis</i>	85
4.3 El turismo mundial frente a la crisis económica.....	87
4.3.1 <i>Resultados del turismo internacional en el período de crisis</i>	87
4.3.2 <i>Análisis académicos sobre el impacto de la crisis en el turismo</i>	89
4.3.3 <i>Medidas de respuestas del turismo a la crisis</i>	97

4.3.4 <i>Impactos de la crisis en el sector inmobiliario asociado al turismo: el caso Dubái</i>	99
4.4 Crisis económica y turismo: efectos y respuestas en Brasil	101
4.4.1 <i>Resultados del turismo brasileño en el período de crisis</i>	101
4.4.2 <i>Medidas de respuestas del turismo brasileño a la crisis</i>	107
4.5 Conclusiones del capítulo	109
5. ESTUDIO DE CASO: EL TURISMO EN RIO GRANDE DO NORTE EN EL CONTEXTO DE LA CRISIS ECONÓMICA INTERNACIONAL	113
5.1 Procedimientos metodológicos	113
5.1.1 <i>Tipo de estudio</i>	113
5.1.2 <i>Cuestionario</i>	114
5.1.3 <i>Muestreo</i>	116
5.1.4 <i>Recolección, procesamiento y análisis de los datos</i>	121
5.2 Contextualización	121
5.3 Caracterización socioeconómica de Rio Grande do Norte	123
5.4 La opción por el turismo y las políticas de estímulo al sector	128
5.5 El período anterior a la crisis económica internacional: la asociación entre el turismo y el sector inmobiliario	132
5.5.1 <i>Características del sector turístico-inmobiliario</i>	132
5.5.2 <i>La expansión del sector turístico-inmobiliario en el Nordeste y sus factores explicativos</i>	135
5.5.3 <i>Impactos del crecimiento turístico-inmobiliario</i>	140
5.6 El modelo y el desempeño del turismo en Rio Grande do Norte	143
5.7 La crisis internacional y el turismo en Rio Grande do Norte	147
5.7.1 <i>El comportamiento de la demanda doméstica e internacional</i>	147
5.7.2 <i>El impacto sobre los proyectos turístico-inmobiliarios</i>	155
5.7.3 <i>Medidas del gobierno de Rio Grande do Norte contra la crisis</i>	160
5.8 Conclusiones del capítulo	161
6. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS: LA CRISIS ECONÓMICA DE 2008 Y EL TURISMO EN RIO GRANDE DO NORTE	164
6.1 Introducción	164
6.2 Efectos de la crisis	166
6.3 Medidas de respuesta a la crisis	179
7. CONCLUSIONES	190

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	214
ANEXOS	229
I. Cuestionario en castellano	229
II. Cuestionario en portugués.....	235
III. Listado de nombres de entidades en castellano y portugués	241

LISTADO DE FIGURAS

Figura 1. Variación del producto mundial, de economías avanzadas y de emergentes.....	72
Figura 2. Variación anual del PIB de Brasil (1996-2009)	78
Figura 3. Tipo de cambio del real (R\$) frente al dólar estadounidense (US\$)	80
Figura 4. Variación trimestral del PIB de Brasil (2007-2010)	81
Figura 5. Variación las llegadas de turistas internacionales	88
Figura 6. Medidas implantadas en respuesta a la crisis	97
Figura 7. Llegada de turistas internacionales a Brasil	102
Figura 8. Tipo de cambio, ingresos y pagos por turismo (1999 a 2010) (índice).....	105
Figura 9. Tipo de cambio, ingresos y pagos por turismo (2007 a 2010) (índice).....	106
Figura 10. Brasil y la Región Nordeste.....	124
Figura 11. Rio Grande do Norte	125
Figura 12. Evolución de las llegadas de turistas a Rio Grande do Norte (índice)	146
Figura 13. Evolución de los embarques y desembarques de pasajeros en el aeropuerto Augusto Severo, Rio Grande do Norte (índice).....	149
Figura 14. Evolución de los embarques y desembarques de pasajeros internacionales en Rio Grande do Norte, Nordeste y Brasil (índice)	150
Figura 15. Evolución de los embarques y desembarques de pasajeros domésticos en Rio Grande do Norte, Nordeste y Brasil (índice)	151
Figura 16. Crecimiento trimestral interanual del movimiento de pasajeros en el aeropuerto Augusto Severo, Rio Grande do Norte.	154

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1 Impactos en el turismo de las inundaciones de 1998 en Katherine, Australia	32
Tabla 2 Llegadas e ingresos turísticos en países seleccionados	42
Tabla 3 Tasa de desempleo en países seleccionados (%)	73
Tabla 4 Producción industrial en países seleccionados. Variación interanual (%).	74
Tabla 5 Índices de precios de commodities.	74
Tabla 6 Evolución de los componentes del PIB de Brasil de 2007 a 2010 (%)	81
Tabla 7 Medidas de combate a la crisis anunciadas por el gobierno de Brasil.....	83
Tabla 8 Principales países emisores de turistas a Brasil (%).....	103
Tabla 9 Entidades de la muestra inicial de la investigación primaria.....	118
Tabla 10 Indicadores socioeconómicos seleccionados de Rio Grande do Norte	128
Tabla 11 Inversión extranjera directa en el sector turístico-inmobiliario, en cuatro Estados del Nordeste brasileño (US\$ millones).....	137
Tabla 12 Inversión extranjera directa en Rio Grande do Norte (US\$ millones)	138
Tabla 13 Llegadas de turistas a Rio Grande do Norte	145
Tabla 14 Tipo de alojamiento utilizado (en %)	147
Tabla 15 Tipos de entidades entrevistadas	165
Tabla 16 Motivo de inclusión en la muestra.....	166
Tabla 17 Efectos de la crisis sobre la economía y sobre el turismo	167
Tabla 18 Inicio de los efectos de la crisis sobre el turismo de Rio Grande do Norte.....	168
Tabla 19 Final de los efectos de la crisis sobre el turismo de Rio Grande do Norte	168
Tabla 20 Efectos negativos y positivos de la crisis	168
Tabla 21 Variaciones de aspectos relacionados con el turismo a causa de la crisis	175
Tabla 22 Afirmaciones relacionadas con la variación de aspectos del turismo de Rio Grande do Norte.....	177
Tabla 23 Sectores del turismo perjudicados por la crisis.....	178
Tabla 24 Comparación con otras crisis.....	179
Tabla 25 Preparación para crisis	180
Tabla 26 Medidas del gobierno estatal para el turismo en respuesta a la crisis	183
Tabla 27 Evaluación de las medidas del gobierno estatal de respuesta a la crisis.....	188
Tabla 28 Desarrollo del turismo en Rio Grande do Norte y la crisis.....	189

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Contextualización

El turismo es un sector muy vulnerable a diversos tipos de crisis. Sucesos de origen natural – como terremotos, huracanes y epidemias – o de responsabilidad humana – como terrorismo y crisis económicas –, afectan los flujos turísticos y las organizaciones públicas y privadas que actúan en el sector. Además, fluctuaciones de variables económicas fundamentales como renta, empleo, precios, y tipos de cambio, asociadas o no a crisis económicas, también son influyentes sobre la actividad turística.

Los efectos sobre el turismo no necesariamente serán negativos a causa de una crisis o de variaciones relacionadas con la economía: por ejemplo, un desastre natural en un destino turístico, por más catastrófico que pueda ser para este destino, puede ser positivo para un destino competidor que acabe por recibir los flujos que se dirigirían al primero; la depreciación del valor de la moneda de un determinado país con relación a las monedas de sus emisores puede facilitar la atracción de visitantes por reducir los costes del viaje.

Por cierto, la posibilidad de que una crisis de cualquier tipo genere impactos positivos y negativos es muy comentada en los estudios sobre crisis y turismo. Los efectos negativos más frecuentes son las reducciones del número de turistas, de los ingresos turísticos, del empleo, de la recaudación fiscal, de la rentabilidad de la actividad empresarial y de las inversiones públicas y privadas. Otros problemas comunes son el incremento de costes, el aumento de las restricciones a la financiación, la salida de trabajadores calificados, el empeoramiento del ambiente de trabajo, el cierre de empresas, el aumento del conservadurismo entre los empresarios, y la peor calidad de los servicios prestados por las administraciones. En países o regiones que dependen del turismo, estos efectos negativos sobre la actividad pueden ser aún más perjudiciales (véase por ejemplo Andraz, Gouveia y Rodrigues, 2009; Blake y Sinclair, 2003; de Sausmarez, 2004; Henderson, 2002; Laws y Prideaux, 2006; Okumus y Karamustafa, 2005; Ritchie, 2004; Santana, 2004).

Hay también efectos negativos sociales y ambientales relevantes, como el aumento de la pobreza y de las dificultades para la supervivencia de la población de menor nivel de renta que depende del turismo, o la menor atención dada por gobiernos y por la sociedad en general a cuestiones estratégicas de largo plazo, al desarrollo sostenible, a la protección del patrimonio natural y a la responsabilidad social, que pierden relevancia debido a la mayor prioridad que se pasa a atribuir a los problemas directos causados por la crisis, especialmente

los que tienen repercusiones económicas (de Sausmarez, 2007a; Funck, 1999; Kontogeorgopoulos, 1999; Papatheodorou, Rossello, y Xiao, 2010).

Cuanto a los efectos positivos sobre el turismo, los más destacados son la realización de cambios en la gestión de organizaciones para mejorar su competitividad; la renovación o ampliación de infraestructuras e instalaciones; el estímulo a la innovación; la introducción de nuevas herramientas comerciales y de gestión, especialmente las relacionadas con la tecnología de la información y de la comunicación; el reconocimiento de nuevos mercados; el lanzamiento de nuevos productos; el surgimiento de líderes; la mejora del relacionamiento entre las organizaciones del sector; y la mejor preparación para afrontar desafíos futuros (Faulkner, 2001; Faulkner y Vikulov, 2001; Okumus y Karamustafa, 2005; Papatheodorou, Rossello, y Xiao, 2010; Prideaux, Laws, y Faulkner, 2003; Ritchie, 2004; Scott y Laws, 2006; Scott, Laws y Prideaux, 2008).

A nivel internacional, se observa un aumento de la ocurrencia de crisis de diversos tipos, una consecuencia de factores como la creciente complejidad de la sociedad, la interdependencia entre países y organizaciones, la mayor presencia humana en el territorio, y el poder del sector financiero sobre la economía mundial (de Sausmarez, 2007a; Faulkner, 2001; Ritchie, 2004). No hay motivos para creer que habrá una disminución de las crisis (Okumus y Karamustafa, 2005; Santana, 2004).

Sin embargo, el turismo tradicionalmente no suele prestar mucha atención a crisis, tanto en las prácticas de gestión como en las investigaciones teóricas (de Sausmarez, 2004; Faulkner, 2001; Henderson, 1999c; Laws y Prideaux, 2006; Okumus, Altinay, y Arasli, 2005; Prideaux, 1999; Ritchie, 2004; Santana, 2004; Sönmez, Apostolopoulos, y Tarlow, 1999). Las investigaciones sobre crisis y turismo han aumentado en los últimos años (Prideaux, 1999; Ritchie, 2004; Scott, Laws y Prideaux, 2008) debido sobre todo a la repercusión en el sector de sucesos como los atentados terroristas del 11-S en Estados Unidos o la crisis financiera asiática de 1997. En general, los estudios constatan la necesidad de mejorar la comprensión sobre las relaciones entre crisis y turismo, y la necesidad de que organizaciones y administraciones del turismo den mayor atención a crisis. Según estos estudios, deben ser objetivo de especial atención los impactos negativos y positivos causados por las crisis; y la gestión de las mismas, que incluye las medidas de respuesta que se implantan tras la ocurrencia de una crisis y la preparación previa para evitar o disminuir sus consecuencias negativas sobre el sector. Este último aspecto, la preparación previa, es una tendencia frecuentemente destacada. Pese a los beneficios que podría proporcionar – ayudaría a evitar algunas crisis, disminuir o impedir sus efectos negativos, o acelerar la recuperación del sector,

por ejemplo – su incorporación a la gestión pública y privada del turismo aún es débil (de Sausmarez, 2004, 2007b; Faulkner, 2001; Faulkner y Vikulov, 2001; Ritchie, 2004; Santana, 2004)

La crisis económica internacional de 2008 es uno de estos sucesos que afectan el turismo de forma contundente. La crisis económica más profunda desde la Gran Depresión de 1929 causó efectos negativos en las principales economías mundiales. La producción y el empleo sufrieron una grave contracción. Pese a las medidas de socorro y de estímulo implantadas por los gobiernos de muchos países, las consecuencias sobre la actividad económica han sido muy severas, especialmente en las economías avanzadas. Estas, que son las principales consumidoras de turismo a nivel mundial, pasados dos años desde el inicio de la crisis se enfrentan a diversas indagaciones sobre cuándo y cómo regresará el crecimiento económico. En cuanto al turismo, hubo importantes descensos de las llegadas y de los ingresos turísticos internacionales en 2009, pero, comparativamente, la actividad fue menos afectada que el comercio internacional, que sufrió una fuerte baja en la crisis.

En los análisis producidos sobre las crisis, son tratados con mayor frecuencia y en mayor profundidad los aspectos macroeconómicos e internacionales de la crisis. A su vez, las repercusiones concretas de la crisis sobre sectores o locales específicos despiertan menor atención. El caso del turismo en Rio Grande do Norte es significativo para analizar las consecuencias de la crisis económica internacional desde el último enfoque.

Rio Grande do Norte es uno de los Estados¹ que componen la región Nordeste de Brasil. Así como casi todos los Estados de esta región, en las últimas décadas ha apostado por el turismo como actividad capaz de mejorar las condiciones socioeconómicas locales, disminuyendo las diferencias con relación a las demás regiones de Brasil – el Nordeste es la más pobre entre las cinco regiones en que se divide el territorio brasileño. Para impulsar el turismo – basado esencialmente en el segmento de sol y playa – se han realizado grandes inversiones públicas en infraestructuras de transportes y saneamiento. Tales inversiones permitieron el gradual aumento de las inversiones privadas en la prestación de servicios turísticos, consolidando la región Nordeste y sus Estados como una de las principales zonas turísticas del país.

En los años 2000 hubo un fuerte incremento de la presencia de turistas e inversores extranjeros interesados en el turismo en Rio Grande do Norte y en el Nordeste. Las empresas

¹ Brasil está dividido política y administrativamente en 26 estados y un Distrito Federal, que poseen administración propia, pero con un nivel de autonomía menor que el de las comunidades autónomas de España. Estas 27 unidades federativas están agrupadas en cinco regiones: Sul, Sudeste, Centro-Oeste, Nordeste y Norte.

extranjeras llegaron a la región con foco en una demanda también extranjera; cadenas hoteleras y aerolíneas europeas buscaban atender al aumento del interés por el Nordeste brasileño en sus países de origen.

Tras el crecimiento inicial, se inició a mediados de la década de 2000 un descenso de la presencia de turistas internacionales en Rio Grande do Norte, debido a la apreciación de la moneda brasileña, el real, desde finales de 2002, unida a factores propios de la competitividad del destino. La crisis económica de 2008, que debilita el empleo y la renta en los principales países emisores de turistas a Rio Grande do Norte, parece imponer un nuevo obstáculo a la retomada del crecimiento de la llegada del público extranjero.

Por otro lado, el crecimiento reciente de la economía brasileña, menos impactada por la crisis que las economías avanzadas, ha alimentado la demanda interna y su consumo turístico. Los destinos litorales del Nordeste del país, muy conocidos por la población nacional, se benefician de esta situación. La expectativa es que el turismo en Rio Grande do Norte se aproveche del aumento de la demanda doméstica, que podría compensar las pérdidas en el turismo internacional. Particularmente relevante puede ser el incremento de las llegadas de turistas de las capas de renta media de la población, que se ha expandido y ha disfrutado de importantes mejoras en su situación económica.

Aparte de la evolución de la actividad turística tradicional, el sector inmobiliario asociado al turismo creció de forma muy acentuada en el Nordeste en los años anteriores a la crisis de 2008, particularmente en Rio Grande do Norte. Su objetivo era la producción y venta de inmuebles a extranjeros para uso como segunda residencia, en emprendimientos de variados tamaños – desde viviendas individuales hasta enormes complejos turísticos que integraban estructuras hoteleras y residenciales. Los proyectos turístico-inmobiliarios recibieron un amplio apoyo de las administraciones públicas estatales y municipales, a través de incentivos fiscales y financieros a las inversiones, construcción de infraestructuras necesarias y de la participación de organismos públicos en eventos internacionales de promoción. Su crecimiento atrajo a cada vez más compradores atraídos tanto por el marketing que destacaba el carácter paradisíaco de las localidades, como por las expectativas – muy difundidas por los promotores inmobiliarios – de que el alquiler o la venta futura de los inmuebles proporcionarían altos beneficios a los inversores.

Pese el discurso oficial que defendía las inversiones extranjeras en grandes complejos turísticos como actividad impulsora del desarrollo, una parcela de la sociedad manifestaba su contrariedad a este modelo. Los principales argumentos en contra, comunes a todo el Nordeste, resaltaban los impactos ambientales y sociales causados por estos proyectos:

destrucción del paisaje y de recursos naturales, segregación espacial, especulación inmobiliaria, aumentos de precios en perjuicio de la población local más pobre, entre otros (Dantas et al, 2009; Ferreira y Silva, 2007; Fonseca, 2005; Silva y Ferreira, 2007; Silva y Fonseca, 2010).

En realidad, el crecimiento del sector inmobiliario asociado al turismo en Rio Grande do Norte fue el resultado de la réplica a nivel internacional de un fenómeno que ocurría en las principales zonas turísticas europeas. La disminución de las oportunidades de obtención de altos beneficios en territorio europeo motivó la transferencia de los capitales financieros a otros países donde la rentabilidad en este sector sería más elevada. La burbuja inmobiliaria que había en países europeos se trasladó al Nordeste brasileño y a otros destinos turísticos internacionales. Por cierto, la versión estadounidense de esta burbuja inmobiliaria fue la principal detonante de la crisis económica internacional. Tras el estallido de la burbuja inmobiliaria y la eclosión de la crisis financiera y económica, hubo una fuerte contracción del sector inmobiliario en estas economías donde su crecimiento había sido elevado en el período precrisis, afectando incluso la actividad turística en estas localidades.

Situación similar ocurrió en Rio Grande do Norte. El sector inmobiliario asociado al turismo, que había crecido con base en los factores que motivaron el surgimiento de la crisis – financiación fácil y desregulación financiera –, fue gravemente impactado cuando la economía mundial entró en recesión. La contracción de la demanda y el cese de la financiación hicieron inviable una serie de proyectos que habían sido anunciados en el período anterior. En suma, la actividad que estaba en el centro del desarrollo turístico del Estado prácticamente dejó de existir a causa de la crisis.

Este escenario permite desprenderse que la crisis económica de 2008 interfiere en el desarrollo turístico de Rio Grande do Norte a través de sus impactos sobre la actividad turística tradicional y sobre el sector inmobiliario asociado al turismo. En este sentido, uno de los objetivos del trabajo es analizar los impactos de la crisis económica internacional de 2008 sobre el turismo en Rio Grande do Norte. Las investigaciones que se han elaborado sobre los impactos de crisis en el turismo indican diversos impactos positivos y negativos que pueden ocurrir, como se ha indicado en el inicio de este capítulo. El estudio pretende identificar los impactos sucedidos en Rio Grande do Norte, contraponiendo la teoría existente a la realidad de este estudio de caso, y eventualmente evidenciando nuevos tipos de efectos. Un aspecto de particular interés en esta investigación es identificar los efectos de la crisis sobre el sector inmobiliario asociado al turismo. Como se ha mencionado, este sector creció de forma acentuada en el período anterior a la crisis, pese a la existencia de críticas sobre las

consecuencias de este crecimiento y de este modelo de desarrollo sobre el territorio, la sociedad y sobre otros sectores del turismo. Se plantea la hipótesis de que la crisis económica de 2008, al frenar el crecimiento del sector turístico asociado al inmobiliario, ha generado un efecto positivo sobre el desarrollo de Rio Grande do Norte y su sector turístico. Las investigaciones existentes sobre los impactos de crisis suelen concentrarse en la identificación de los efectos sobre la demanda turística, en términos de llegadas o ingresos, y sobre los resultados y la gestión de las empresas turísticas. Son mucho menos frecuentes los estudios que buscan identificar un conjunto más amplio de impactos de crisis sobre el turismo, tratando de evaluar las repercusiones de estos sucesos sobre aspectos sociales y medioambientales; este estudio pretende contribuir en esta discusión.

Así como la actividad económica en general, el turismo necesita medidas de estímulo a su recuperación tras la ocurrencia de una crisis. Las administraciones suelen ser las responsables por implantar o coordinar estas medidas (Blake y Sinclair, 2003; Henderson, 1999c). Sin embargo, hay pocos subsidios para la elaboración de medidas eficientes para el combate a los efectos de la crisis. Por cierto, la común ausencia de preparación previa para afrontar las crisis hace que las medidas implantadas sean elaboradas en el momento, dificultadas por la tensión y la urgencia impuestas por las crisis, y sin estudios previos sobre sus costes y beneficios (positivas y negativas). Además, con algunas excepciones, el poder de influencia del sector turístico sobre las políticas públicas es limitado. En el caso de esta y de otras crisis, esto significa una respuesta en general tardía o débil a los desafíos que tales sucesos imponen.

Las medidas que suelen ser implantadas por las administraciones para atenuar los efectos de crisis sobre el sector turístico e impulsar su recuperación, además de aquellas medidas fiscales y monetarias que suelen abarcar a todos los sectores económicos, se refieren básicamente a incentivos fiscales especiales a inversiones turísticas; deducciones fiscales y aumento del crédito a empresas; nuevas estrategias de marketing, con atención especial a mercados y segmentos turísticos menos afectados; oferta de productos turísticos nuevos, renovados o con precios más bajos; aumento de la cooperación entre los sectores público y privado y entre destinos; y supresión de restricciones legales para la emisión de visados para turistas.

En general las medidas implantadas suelen hacer que los problemas causados en el turismo no sean más profundos de lo que serían sin ellas, pero difícilmente contribuyen a evitar por completo los efectos negativos de las crisis. Otra posibilidad es que las medidas generales o sectoriales generen impactos negativos sobre la actividad turística, como

aumentar los impuestos sobre el sector, estimular tipos de turismo que permitan un rápido retorno económico a expensas del desarrollo sostenible, o adoptar una política de precios bajos que perjudique la competitividad turística a largo plazo.

Por estos motivos, es también objetivo de este trabajo estudiar las medidas implantadas en combate a los efectos negativos de la crisis sobre el turismo de Rio Grande do Norte, lo que comprende identificar los tipos de medidas implantadas, examinar su efectividad, y analizar sus efectos sobre el desarrollo turístico del Estado.

Los impactos generados por la crisis y las medidas de respuesta implantadas deben ser analizados considerándose las características del modelo de desarrollo turístico adoptado en Rio Grande do Norte. Taveira y Fonseca (2009) señalan algunas características de este modelo, destacándose el absoluto predominio del segmento de sol y playa, el enorme incentivo a grandes inversiones extranjeras, la mayor importancia dada por las políticas públicas a los visitantes en detrimento de los residentes, y la defensa del turismo para impulsar el desarrollo, sin observarse los costes asociados y otras alternativas a esta opción. La crisis económica de 2008, al manifestar, por ejemplo, la necesidad de apostar por otros segmentos turísticos además del sol y playa – muy sensible a precios y que se enfrenta a una fuerte competencia a nivel internacional – o indicar la vulnerabilidad de las inversiones extranjeras, llama la atención a problemas de este modelo y al mismo tiempo puede motivar cambios que permitan una mejor posición en el futuro.

En virtud de lo que se ha expuesto, la pregunta de investigación que se plantea es la siguiente: ¿cómo la crisis económica internacional de 2008 ha interferido en el desarrollo turístico de Rio Grande do Norte? La investigación atribuye especial atención a los impactos negativos y positivos causados por dicha crisis, y a las medidas de respuesta implantadas por el sector público.

La respuesta a esta pregunta estará apoyada en una investigación exploratoria-descriptiva, amparada, primeramente, en la revisión teórica sobre crisis y turismo, enfocada en los impactos y medidas, particularmente en lo que se refiere a crisis económicas. Datos secundarios permitirán caracterizar la situación económica y sectorial a nivel mundial, nacional (Brasil) y estatal (Rio Grande do Norte). El estudio de caso se basará en la revisión bibliográfica sobre el desarrollo del turismo en Rio Grande do Norte, y en una investigación primaria con representantes del turismo en el Estado.

1.2 Objetivos

El objetivo general de la investigación es analizar las consecuencias de la crisis económica internacional de 2008 en el desarrollo del turismo en Rio Grande do Norte, Brasil.

Los objetivos específicos son:

1. Identificar los impactos de la crisis económica internacional sobre el turismo mundial y brasileño, y las medidas públicas de respuesta implantadas.
2. Analizar el impacto de la crisis económica internacional sobre el desarrollo turístico de Rio Grande do Norte.
3. Evaluar las medidas de respuesta a la crisis económica internacional que afectan el turismo de Rio Grande do Norte.
4. Examinar las consecuencias de la crisis económica internacional sobre el modelo de desarrollo turístico llevado a cabo en Rio Grande do Norte.

1.3 Relevancia de la investigación

El trabajo es relevante por motivos prácticos y teóricos. Su realización genera evidencias sobre impactos de crisis económicas en el turismo y sobre medidas que se han llevado a cabo en respuesta. Se contrastan estas evidencias empíricas con las aportaciones ya existentes en la teoría, permitiéndose la reevaluación y mejora de modelos teóricos, y el ofrecimiento de subsidios para la acción.

Desde la perspectiva práctica, al afectar los flujos de turistas y de inversores, la crisis económica internacional de 2008 puede ser una amenaza al modelo de desarrollo turístico adoptado por Rio Grande do Norte en los últimos años, lo que hace relevante el estudio de sus consecuencias a corto y largo plazo.

Hay que tenerse en cuenta que el turismo asume una gran importancia en la economía de Rio Grande do Norte. El turismo es una actividad prioritaria para el Estado y los municipios litorales, y tiene gran relevancia en la generación de impuestos, de beneficios empresariales y de empleos. Agentes públicos y privados dedican recursos a la actividad turística, y tienen expectativas sobre los resultados de estas inversiones. Además, debido a su relevancia, la influencia del turismo se extiende, de diferentes maneras, a otros sectores económicos y a muchos aspectos de la sociedad. El medio ambiente, por ejemplo, es un recurso fundamental de la actividad en el Estado, y al mismo tiempo sufre la amenaza del desarrollo turístico. Por todos estos motivos, las repercusiones positivas o negativas en el turismo provocadas por una crisis tienen importantes implicaciones en el Estado.

El estudio permite a todo el sector turístico obtener información sistematizada sobre los impactos de la crisis en el Estado y saber cuáles factores posibilitaron estos impactos. El análisis de las medidas aplicadas ayudará a evaluar su adecuación a los desafíos creados por la crisis. En esta investigación se ofrece soporte para que se implanten acciones que vengán a disminuir la vulnerabilidad del turismo en Rio Grande do Norte a nuevas crisis, y si estas ocurren, a tomar medidas de respuesta que proporcionen mejores resultados. El diagnóstico de las consecuencias de la crisis sobre el modelo de desarrollo turístico de Rio Grande do Norte puede contribuir a evitar la repetición de los mismos problemas en el futuro, y, lo que sería aún más deseable, dar orientaciones para que el turismo se desarrolle de forma más sostenible, sólida y competitiva en Rio Grande do Norte. Las crisis pueden ser propicias para identificar problemas existentes y una oportunidad para arreglarlos. Hay que aprovechar el momento para hacer cambios que, en circunstancias más positivas, no serían priorizados o perjudicarían las operaciones cotidianas.

Específicamente para el sector público, agente fundamental en la organización del turismo en Rio Grande do Norte, en esta investigación se analiza su papel en la creación de condiciones para que la crisis impactara la actividad turística. Además, al identificar los efectos de la crisis sobre el turismo, en esta investigación se colabora con la formulación de medidas del poder público contra las consecuencias negativas más inmediatas de esta crisis y contra la repetición de estos problemas en el futuro. El poder público podrá contar con los hallazgos y conclusiones de esta investigación para planificar su actuación cuando necesite actuar en nuevas crisis. Asimismo, teniéndose en cuenta que el crecimiento turístico de Rio Grande do Norte fue impulsado por grandes inversiones públicas, el estudio contribuye a la evaluación de los costes y beneficios de estas inversiones, desde la perspectiva del tema abordado por el presente estudio.

A la iniciativa privada le interesa esta investigación para comprender cómo y porqué la crisis económica impactó el turismo de Rio Grande do Norte, permitiéndose identificar vulnerabilidades y riesgos asociados al turismo del Estado, subsidiando las decisiones sobre sus inversiones. El sector privado – así como otros segmentos relacionados con el turismo, como la sociedad civil organizada o las universidades –también podrá utilizar los análisis de esta investigación para cobrar del poder público acciones que mejoren la protección del turismo estatal contra crisis y que sean más adecuadas a los problemas causados.

Cuanto a su relevancia teórica, se debe considerar que el tema crisis y turismo es poco estudiado, pese a la vulnerabilidad del sector. La cantidad y el nivel de desarrollo de los estudios que abordan esta temática han evolucionado en los últimos años (Prideaux, 1999;

Ritchie, 2004; Scott, Laws y Prideaux, 2008), pero se encuentran diversas referencias a la carencia de investigaciones (de Sausmarez, 2004; Faulkner, 2001; Henderson, 1999c; Laws y Prideaux, 2006; Okumus, Altinay, y Arasli, 2005; Prideaux, 1999; Ritchie, 2004; Santana, 2004).

Las necesidades de investigación en este campo son variadas. Henderson (1999a, 1999c) cita la necesidad de ampliarse el conocimiento sobre diferentes tipos de crisis que pueden afectar el turismo y sobre la gestión de estas crisis. Es necesario evidenciar, entender y prestar más atención a los impactos de crisis sobre el turismo (Okumus y Karamustafa, 2005; Prideaux, 1999; Scott, Laws y Prideaux, 2008). Las medidas aplicadas en respuesta a los efectos de crisis sobre el turismo deben ser analizadas para orientar acciones futuras (Blake y Sinclair, 2003; Prideaux, 1999). Para elaborar estas medidas, de Sausmarez (2007b) indica que se puede tener como base las interpretaciones de agentes involucrados en el turismo sobre los efectos y la gestión de crisis en el sector.

Los modelos teóricos existentes que relacionan crisis y turismo también tienen carencias. Por ejemplo, tras estudiar los efectos y la gestión de la crisis financiera de 1997 desde la perspectiva del turismo, Henderson (1999c, 2002) indica la necesidad de revisar las teorías sobre gestión de crisis para que consideren las peculiaridades del sector turístico y la dificultad de encuadrar dicha crisis en los modelos teóricos existentes. En este sentido, la dificultad para utilizar las teorías en el análisis de crisis económicas que afectan el turismo puede estar relacionada, conforme afirman Prideaux (1999) y Prideaux y Witt (2000), a la falta de atención de los estudiosos del turismo a cuestiones macroeconómicas.

Esta investigación pretende ofrecer aportes que van de encuentro a estos problemas y carencias. Su contribución más relevante se da en el estudio de impactos y medidas relacionados con crisis que afectan el turismo. Cuanto a los impactos, el estudio evidencia los impactos ocurridos en Rio Grande do Norte a causa de la crisis económica de 2008, permitiendo verificar la aplicabilidad del referencial teórico. Un objetivo especial del estudio es ampliar el conjunto de impactos de crisis sobre el turismo. Normalmente se analizan los impactos directos sobre el sector, especialmente aquellos sobre la demanda y la oferta turística. En esta investigación se da atención también a aspectos ambientales y sociales relacionados con el desarrollo del turismo que pueden ser afectados por las crisis. Además, se refuerza la evaluación sobre eventuales impactos positivos de la crisis.

En lo que se refiere a las medidas implantadas en respuesta a los efectos de la crisis económica sobre el turismo en Rio Grande do Norte, esta investigación ofrece nuevas evidencias empíricas de medidas implantadas, da relevo a la influencia de la situación

económica mundial y brasileña sobre el conjunto de medidas adoptadas, y busca examinar preliminarmente el alcance de los objetivos propuestos.

Un aspecto diferencial del estudio con relación a otros sobre temas relacionados es que el área objeto de análisis fue más afectado por la crisis de forma indirecta que directa, es decir, los efectos sobre el turismo de Rio Grande do Norte se deben a situaciones mayoritariamente externas a esta localidad, que internamente sufrió menos la crisis que las economías avanzadas de donde se origina una parcela importante de sus turistas y sus inversores turísticos (y turístico-inmobiliarios). Este hecho permite ampliar la discusión respecto a los efectos y de la transmisión de crisis a los destinos turísticos.

La investigación también se justifica por contribuir para el estudio de las repercusiones de la crisis económica de 2008. El trabajo enfoca un sector específico (el turismo) en un área concreto (el Estado de Rio Grande do Norte, en Brasil), lo que difiere de la mayoría de los análisis realizados sobre dicha crisis, que suelen estar restringidos a cuestiones macroeconómicas nacionales y globales. Además, se destaca la importancia del estudio al contribuir para la ampliación del espectro de análisis sobre una crisis tan reciente y aún no finalizada, sobre la cual aún se están produciendo estudios para comprender sus orígenes y sus consecuencias inmediatas y futuras. Conocer los impactos de la crisis y las respuestas dadas, desde las más diversas miradas, es también una forma de estimular reflexiones y acciones que contribuyan a evitar que los problemas ahora enfrentados vuelvan a ocurrir en el futuro.

1.4 Organización del trabajo

Tras esta introducción, se expone a partir del siguiente capítulo el marco teórico de la investigación. En su inicio se discuten las variables y sucesos influyentes en la demanda turística. Se da particular atención a la caracterización de los ciclos económicos y sus relaciones con el turismo. Con esto se pretende poner la influencia de la crisis económica de 2008 sobre el turismo dentro de un contexto teórico más amplio y hacer uso de conceptos e hipótesis que se originan en los trabajos que tratan estos temas.

Las preocupaciones por los impactos de crisis de diversos tipos motivan el desarrollo de un marco teórico aplicable a las más variadas situaciones y áreas de investigación. Los estudios sobre el turismo han ampliado la atención dada al tema, aprovechándose de conceptos, modelos e hipótesis sobre impactos y respuestas a crisis desarrollados en otras áreas de investigación. En el capítulo 3 se presenta una revisión sobre este tema, con enfoque en la gestión de crisis y su aplicación al turismo.

En el mismo capítulo 3 se describen casos de crisis que afectaron el turismo, abordándose sus efectos y las medidas de respuesta adoptadas. La descripción y las enseñanzas originarias de estudios de casos como el de la crisis financiera asiática de 1997 – la crisis de tipo económico más estudiada desde el punto de vista del turismo, hasta el momento – son fundamentales para el análisis de la crisis económica de 2008. De igual manera, le interesa a este trabajo las contribuciones de estudios que abordan aspectos sociales y ambientales de los efectos de crisis sobre el turismo, y otras experiencias en las cuales la crisis afectó el sector inmobiliario asociado al turismo. Estos temas son tratados en los casos de Japón y de Tailandia, también presentados en el referido capítulo.

Tras el estudio teórico sobre crisis y los elementos que circundan este tema, el capítulo 4 se centra en la crisis económica internacional de 2008. Primeramente se expone una breve explicación de los orígenes de la crisis, así como la reacción internacional para evitar un mal peor e intentar estimular la recuperación económica. Como se muestra en el mismo capítulo, los impactos económicos de la crisis fueron graves, afectando de forma acentuada la producción y el empleo, repercutiendo ampliamente en la sociedad. De otro lado, se argumenta que la crisis de 2008 puede ser una oportunidad para promover cambios importantes en la economía, en la sociedad y en su relación con el medioambiente.

El texto prosigue, aún en el capítulo 4, con los efectos de la crisis en Brasil y las medidas de respuesta dadas por su gobierno central. La situación económica del país en los años anteriores a la crisis facilitó el enfrentamiento a la crisis. El consumo del gobierno y de las familias sustentó la economía brasileña en un período en que la demanda proveniente de otros países estaba muy debilitada.

El descenso del consumo a nivel mundial, y especialmente en las principales economías avanzadas, provocó la contracción de la actividad turística, después de algunos años de crecimiento constante, retratada también en capítulo 4. Se presentan reseñas de investigaciones recientes que estudiaron la crisis económica internacional de 2008 y sus efectos sobre el turismo. Retratando la situación en distintos puntos del globo, estos trabajos analizan y estiman los impactos de la crisis sobre los flujos turísticos, además de ofrecer directrices para la actuación de gobiernos y empresas ante la crisis. Por cierto, desde las administraciones con responsabilidad sobre el turismo se intenta estimular la demanda turística a través de acciones diversas. La Organización Mundial de Turismo (OMT) recogió datos sobre las medidas aplicadas por los gobiernos, y los resultados son reseñados en este trabajo.

Un estudio de caso sobre Dubái, presentado en el mismo capítulo, aborda los efectos de la crisis sobre el turismo en este país y las respuestas dadas por su gobierno. Lo ocurrido en Dubái a causa de la crisis guarda importantes semejanzas con lo que pasó en Rio Grande do Norte, una vez que el emirato también incentivó activamente el crecimiento del sector inmobiliario asociado al turismo.

El capítulo 4, finalmente, retrata los impactos y efectos de la crisis económica de 2008 relacionados con la actividad turística en Brasil. Las variaciones negativas de las llegadas e ingresos provenientes de turismo internacional en el país fueron similares a lo que ha ocurrido a nivel mundial, en 2009. Por otro lado, el turismo doméstico – principal componente de la actividad en el país – creció debido a la fortaleza del consumo de las familias brasileñas en el período de crisis, amenizando el descenso de los flujos internacionales. Este puede ser uno de los motivos que justifican que el gobierno central de Brasil haya aplicado medidas modestas – presentadas en el texto – para estimular el sector turístico en la crisis.

El capítulo siguiente, el 5, aborda el Estado de Rio Grande do Norte, su actividad turística y las repercusiones de la crisis sobre su turismo. Tras la caracterización del área, se discute el desarrollo de la actividad turística en el Estado. El impulso inicial fue dado por el gobierno estatal, iniciándose en la década de 1980 y consolidándose en los años 1990 con un gran programa de inversiones públicas y financiación internacional. En los años 2000 aumentó la llegada de turistas e inversores, tanto en la actividad turística tradicional como en aquella asociada al sector inmobiliario. Ambas fueron afectadas por la crisis, y en este capítulo se hace una lectura de esta situación a partir de datos secundarios y noticias de prensa.

El objeto del capítulo 6 es la investigación primaria realizada para analizar los efectos y las respuestas a la crisis en el turismo de Rio Grande do Norte, a partir de la percepción de representantes del sector turístico estatal, englobando la administración pública, el empresariado, los trabajadores y la sociedad civil organizada. Tal investigación permite profundizar el análisis del caso, ampliándose la identificación de impactos y medidas a la localidad, bien como evaluándose la respuesta del turismo estatal y sus perspectivas futuras.

Por fin, en el capítulo 7 se presentan las conclusiones del estudio.

2. LAS FLUCTUACIONES ECONÓMICAS Y SUS EFECTOS EN EL TURISMO

2.1 Variables influyentes en la demanda y oferta turísticas

Una importante característica del turismo son las intensas relaciones que mantiene simultáneamente con aspectos económicos, sociales y ambientales. Estas relaciones se ponen en evidencia cuando, por ejemplo, desde el punto de vista social, una población se ve afectada por la masiva llegada de visitantes, o, en el aspecto ambiental, la implantación de infraestructuras turísticas genera problemas al medio ambiente. Las relaciones del turismo con la economía quedan evidentes en épocas de marcadas fluctuaciones económicas, como las que han ocurrido en el ámbito de la crisis económica internacional de 2008. Los efectos de esta crisis se hicieron sentir en el día a día de familias, empresas y gobiernos de prácticamente todo el mundo. Obviamente, estos cambios de las condiciones económicas también se hicieron sentir en el turismo.

El objetivo de este capítulo es evidenciar las relaciones que el turismo mantiene con algunas variables económicas principales, pero también con variables no económicas que ejercen efectos importantes sobre los flujos turísticos y que muchas veces son analizadas en conjunto con las variables económicas. Específicamente cuanto a las variables económicas, interesa abordar el concepto de ciclo económico y sus características, así como sus implicaciones sobre el turismo, buscándose un marco teórico más amplio para la comprensión los impactos de la crisis económica internacional de 2008 sobre el turismo.

Para Figuerola (2000) el turismo es influenciado por factores económicos regulables e independientes. Entre los factores regulables están las inversiones en oferta e infraestructuras para el turismo, el crédito disponible para tales inversiones, los presupuestos públicos dedicados al sector, y la variación de los precios turísticos. En los factores económicos independientes relevantes para el turismo están la importancia del crecimiento económico – que aporta tanto los recursos productivos como la capacidad de gasto turístico –, el nivel de desarrollo de los destinos y de los centros emisores, la variación del nivel de precios y la relación de los tipos de cambio.

La demanda turística está sujeta a variaciones en algunas variables fundamentales que explican su evolución y comportamiento. Los principales determinantes de la demanda turística son el nivel de renta de los consumidores, el precio del producto turístico, los precios de los productos turísticos sustitutos, el gasto en marketing turístico, el coste de desplazamiento entre origen y destino, y eventos socioeconómicos (Song y Li, 2008; Song, Lin, Zhang, y Gao, 2010). El tipo de cambio también es una de las variables más relevantes, y

su efecto se nota principalmente en el precio de los productos turísticos cuando se trata de turismo internacional. Entre los eventos socioeconómicos citados por Song, Lin, Zhang, y Gao (2010) se consideran hechos que influyen la demanda de forma positiva (según estos autores), como Juegos Olímpicos, Campeonatos Mundiales de Fútbol, exposiciones, y eventos que influyen negativamente la demanda, que pueden ser artificiales o de responsabilidad humana (ataques terroristas, guerras, crisis económicas, etc.) o desastres naturales (terremotos, huracanes, tsunamis, y epidemias).

La inversión en el sector inmobiliario relacionado con el turismo es uno de los elementos fundamentales que explican el surgimiento de la crisis económica internacional, como se discute posteriormente. Este tipo de inversión, que creció de forma importante en el área estudiada en este trabajo – el Estado de Rio Grande do Norte, en Brasil –, tiene sus propios determinantes, que también deben ser observados. Rodríguez y Bustillo (2010) estudiaron los determinantes de la inversión extranjera en el sector inmobiliario en España. La dinámica de este tipo de inversión realizada en territorio español es muy similar a aquella realizada en Rio Grande do Norte: participación masiva de extranjeros provenientes de economías fuertes en la adquisición de viviendas para uso como residencia secundaria, atraídos por los diferenciales de precio existentes y las ganancias que se puede obtener a través del inmueble; además, este sector es muy dependiente de los flujos turísticos y de los atractivos, equipamientos, servicios y políticas que dan soporte al turismo. Según estos autores, los determinantes de la inversión extranjera en el sector inmobiliario para el caso español, desde la perspectiva de la demanda, son básicamente los precios efectivos y esperados de las viviendas y el número de turistas en el país de destino (pues muchos de compradores de viviendas fueron visitaron el destino anteriormente como turistas), además del PIB per cápita en los mercados emisores.

La influencia en el turismo de fluctuaciones en variables económicas y no económicas también se puede analizar desde el lado de la oferta. Por ejemplo, Chen, Kim, y Kim (2005) y Chen (2007) estudiaron los efectos de variaciones en variables macroeconómicas y no macroeconómicas en los rendimientos de acciones de hoteles de Taiwan y China, respectivamente. Entre las variables macroeconómicas se mostraron significativas, en al menos uno de los dos países considerados, la oferta monetaria, la producción industrial, la inflación, la tasa de desempleo, la diferencia de rendimientos con otras opciones de inversión e las importaciones. Las variables no macroeconómicas significativas consideradas son eventos políticos (elecciones presidenciales en Taiwán, tomada de posesión de Hong Kong y Macao por China), deportivos (los Juegos Olímpicos de Sídney en 2000, el Campeonato

Mundial de Fútbol de 2002 en Japón y Corea del Sur, y el anuncio de la realización de los Juegos Olímpicos de 2008 en la ciudad de Beijing), desastres naturales (el terremoto de 21 de septiembre de 1999 que ocurrió en el centro de Taiwán y el brote del síndrome respiratorio agudo severo en 2003), y eventos negativos provocados por el hombre (la crisis financiera asiática de 1997, la guerra de Iraq de 2003 y los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001 en Estados Unidos).

Pese a su tratamiento como variables no económicas en algunos de los estudios citados, las crisis económicas ejercen un efecto directo en la disminución de la economía de los países, generando (o siendo generadas por) fluctuaciones en variables económicas como nivel de renta, precios, tipos de cambio, costes de desplazamiento, y gastos de marketing. Crisis como la financiera asiática de finales de los años 1990, o la crisis global de 2008, tienen profunda influencia en el ciclo económico. Por este motivo, en los próximos epígrafes se introducen algunos conceptos y características de los ciclos económicos y su relación con el turismo.

2.2 Características principales de los ciclos económicos

Conocer cómo los ciclos económicos afectan el turismo puede ser beneficioso tanto al sector público, como a los empresarios, y sobre todo a la población afectada (Frechtling, 1982). A los técnicos de políticas económicas y de desarrollo conviene saber si el turismo reacciona mejor o peor que otros sectores cuando la economía pasa por una fase de contracción, y cuál es su capacidad de generar nuevos empleos y renta en tales circunstancias. Si, por ejemplo, el turismo muestra resistencia al descenso de la actividad económica, puede ser oportuno estimularlo y utilizarlo como forma de acelerar la recuperación económica. Caso contrario, convendría priorizar otros sectores de la economía. Para los empresarios y directivos, conocer las reacciones de la demanda turística a los ciclos económicos puede permitirles ajustar sus estrategias de marketing para maximizar los beneficios de sus organizaciones. A su vez, la variación del nivel de ingresos provenientes del turismo asociada a los ciclos económicos afecta a la población que depende directa o indirectamente de la prestación de servicios turísticos, no solamente en áreas turísticas.

Así que antes de abordar específicamente los estudios que relacionan ciclos económicos y turismo, conviene hacer una síntesis sobre las principales características de los ciclos económicos y los términos a ellos asociados.

Históricamente la economía demuestra fluctuar entre momentos de mayor actividad y otros de menor ritmo de crecimiento o incluso de disminución de su tamaño. Mucho antes del

surgimiento del concepto de ciclo económico, episodios de inestabilidad financiera y comercial eran observados por los estudiosos de la economía (Zarnowitz, 1991). Hay indicios de la existencia de ciclos económicos desde hace más de dos siglos en Estados Unidos, Gran Bretaña y Francia, y son parte de la economía de otros países capitalistas desde al menos la segunda mitad del siglo XIX (Burns, 1969).

Burns y Mitchell (1946) ofrecen una definición clásica de los ciclos económicos:

Los ciclos económicos son un tipo de fluctuación que se encuentra en la actividad económica agregada de los países que organizan su trabajo principalmente en empresas: un ciclo está formado por expansiones que se producen más o menos al mismo tiempo en muchas actividades económicas, seguidas de recesiones, contracciones y recuperaciones también generales que acaban en la fase de expansión del ciclo siguiente; esta secuencia de cambios es recurrente pero no periódica; por lo que se refiere a la duración, los ciclos económicos pueden durar desde más de un año hasta diez o doce. (Burns y Mitchell, 1946, p. 3)

De esta definición, Abel y Bernanke (2004) destacan algunos elementos relevantes:

- Los ciclos económicos son fluctuaciones de la actividad económica agregada, no de una única variable económica.
- La contracción o recesión es el período durante el cual la actividad económica agregada disminuye; si esta es muy intensa, se suele llamarla de depresión. El punto mínimo de la fase de contracción es el fondo. El período en el cual crece la actividad económica es la expansión, y su punto máximo es la cima, tras el cual la economía comienza a declinar. De forma simplificada, el ciclo económico abarca el período entre una cima y otra (la anterior o la posterior), o entre un fondo y otro (el anterior o el posterior), es decir, la ocurrencia de una contracción y una expansión (o al revés) en secuencia.
- Las cimas y los fondos son los llamados puntos de giro o puntos de inflexión, que indican el cambio de la dirección de la actividad económica.
- Las contracciones o expansiones suelen ocurrir concomitantemente en diversos sectores económicos, aunque con algún desfase entre ellos, siendo algunos sectores más sensibles que otros.
- El ciclo económico no es periódico, es decir, no se produce a intervalos regulares y predecibles y su duración no es fija o predeterminada. Por otra parte, el ciclo es recurrente, lo que significa que su dinámica de contracción y expansión se repite en las economías de los países.

- Las fases de contracción o de expansión suelen durar un período significativo de tiempo, algo próximo de año o más; es decir, la contracción o la expansión son persistentes durante un período de tiempo, hasta que llegan al punto de giro y cambian de tendencia.

En Estados Unidos, la Oficina Nacional de Investigación Económica (*National Bureau of Economic Research* [NBER]) establece las fechas de las cimas y los fondos de los ciclos económicos de su economía desde 1854. El comité se reúne cuando hay indicios de cambios en el ciclo económico para verificar si el conjunto de indicadores que utiliza confirma o no las expectativas de ocurrencia de un punto de giro. Según la datación de la NBER, la actual recesión de la economía de Estados Unidos, directamente relacionada con la crisis económica internacional, se inició en diciembre de 2007 y terminó en junio de 2009, siendo la más larga desde la Segunda Guerra Mundial (NBER, 2010a).

Hay dos corrientes teóricas principales que intentan explicar los motivos de la ocurrencia de los ciclos económicos y, debido a esta diferencia de diagnóstico, ofrecen respuestas distintas al desafío de la estabilización de la economía (Abel y Bernanke, 2004). De un lado están los economistas clásicos, que defienden que son las perturbaciones de la oferta las responsables por los ciclos económicos, y que, tras una situación de inestabilidad, la economía rápidamente vuelve a su equilibrio de largo plazo debido a los ajustes de precios, lo que hace innecesaria una intervención de los gobiernos en la economía. De otro lado están los economistas keynesianos, que atribuyen a los desequilibrios de la demanda agregada la ocurrencia de los ciclos económicos, y que la economía tarda a volver al equilibrio, por lo cual se hace necesaria la intervención gubernamental.

La intervención en la economía se hace básicamente por medio de la política fiscal y de la política monetaria (Abel y Bernanke, 2004). Los instrumentos básicos de la política fiscal son las compras del Estado y los impuestos. En una contracción, los gobiernos pueden actuar aumentando sus compras (invirtiendo en infraestructuras o contratando más funcionarios, por ejemplo) o bajando impuestos para estimular la actividad económica. A su vez, la política monetaria consiste en controlar la oferta de dinero disponible en la economía, y suele estar a cargo de los bancos centrales de los países. Los instrumentos principales para tal son los tipos de interés, el encaje bancario (los requisitos de reservas que las entidades financieras deben mantener), y las operaciones de compra y venta de títulos públicos en el mercado. En una situación en la cual una economía produce por debajo de su nivel de equilibrio general, suele ser conveniente aumentar la oferta de dinero para favorecer el consumo y la inversión. Se puede llegar a este objetivo, por ejemplo, a través de la

disminución de los tipos de interés y del encaje bancario, y a través de la compra de títulos públicos que están en propiedad de familias y empresas.

Las relaciones entre los ciclos y las crisis económicas no son de todo claras. Seguramente los problemas de definición del término *crisis* no contribuyen para un cambio de esta situación. En 1969, Burns indicaba que el término se utilizaba en aquellos días con el significado de una grave desorden en los mercados financieros independientemente de la vigente fase del ciclo económico, pero que anteriormente el término se aplicaba a problemas financieros que solían ocurrir en la transición de una expansión a una contracción, y que también se aplicó a cualquier transición entre estas dos fases (Burns, 1969). Grewal y Tansuhaj (2001) advierten que las crisis son contracciones en las cuales el producto real de la economía disminuye, y no períodos de menor crecimiento, por lo cual no todos los períodos de contracción serían clasificados como crisis.

Grewal y Tansuhaj (2001) indican que las crisis están inexorablemente vinculadas a los ciclos económicos. Por el contrario, Zarnowitz (1992) indica que no hay un consenso sobre el papel de las crisis financieras en los ciclos económicos. En diversas contracciones de la economía de Estados Unidos no ocurrieron crisis financieras, y además hay registros de crisis financieras en períodos de expansión. Sin embargo, el autor reconoce que la disminución de la frecuencia y de la intensidad de las crisis financieras sería un factor que contribuye a la mayor estabilidad económica después de la Segunda Guerra Mundial, considerando que las crisis podrían agravar o incluso causar los ciclos económicos.

Este mismo autor (Zarnowitz, 1992), en su revisión sobre teorías del ciclo económico, comenta el aporte de Minsky² sobre la influencia de crisis financieras en el ciclo económico. Estas crisis tienen su origen en épocas de fuerte crecimiento económico, que incitan el surgimiento de la especulación en búsqueda de mayores beneficios en algunas actividades. La especulación se financia con el aumento del crédito (basada en prácticas financieras innovadoras), y se generan burbujas en los precios de los activos, a veces afectando diversos países. Cuando estallan las burbujas ocurren pánicos financieros, con intentos de ventas de activos para obtención de recursos para pagar deudas, y graves descensos en los precios de los activos que eran objeto de especulación. Se genera entonces una crisis financiera que acompaña o que agrava una contracción en el ciclo económico. El pensamiento de Minsky ha ganado notoriedad a lo largo de la crisis económica internacional de 2008 debido a su aplicabilidad a la situación actual.

² Minsky, H. P. (1982). *Can "it" happen again? Essays on instability and finance*. Nueva York, Estados Unidos: M. E. Sharpe.

2.3 Los ciclos económicos y su relación con el turismo

En este apartado serán sintetizados algunos estudios que tratan de las relaciones entre los ciclos económicos y el turismo.

Wong (1997) realizó uno de los primeros trabajos publicados sobre las relaciones entre los ciclos económicos y la actividad turística. El autor afirma que al estar considerado como un bien de lujo (es decir, con elasticidad-renta mayor que la unidad), el turismo es extremadamente dependiente de la renta disponible de los consumidores, que a su vez está vinculada a la situación económica. Así, una situación económica positiva (o la perspectiva de tal situación) favorece la realización de viajes, mientras que un recorte en el gasto con viajes sería una respuesta natural al empeoramiento de las condiciones económicas.

Guizzardi y Mazzocchi (2010) afirman que los ciclos económicos afectan la demanda turística, pero que los efectos de las contracciones y expansiones económicas en el turismo no son inmediatos ni directos pues los consumidores tienen la opción de elegir entre destinos turísticos sustitutos (dando preferencia a un destino de menor precio, por ejemplo), y porque hay un período de tiempo entre la toma de decisión de viajar y la realización del viaje. A través del estudio del caso italiano, los autores confirman la influencia de los ciclos económicos sobre la demanda turística y la existencia del desfase de tiempo entre el ciclo económico y el turístico. Este desfase de tiempo posibilitaría elaborar con cierta antelación, políticas contra los efectos negativos del ciclo económico en la demanda turística. Debido a la sensibilidad de la demanda a precios, destacan que la disminución del impuesto sobre el valor añadido (IVA) puede ser efectiva para aumentar la competitividad del turismo italiano, y que el aumento de demanda que se generaría podría compensar las pérdidas resultantes de la disminución del valor del impuesto.

Gouveia y Rodriguez (2005) identificaron los fondos y cimas del crecimiento de la demanda turística de la región portuguesa del Algarve, proveniente de Reino Unido, Alemania, Países Bajos y Portugal. Sus resultados demuestran la existencia de sincronización creciente entre los ciclos de la demanda turística de los cuatro países, incluso mayor que la sincronización existente entre los ciclos económicos de cada país. Además, hay un desfase de tiempo entre los ciclos económicos y los ciclos de la demanda turística de estos países.

En otro estudio sobre el Algarve, Andraz, Gouveia, y Rodrigues (2009) afirman que la vulnerabilidad del turismo a los ciclos económicos y sus fluctuaciones debe ser tomada con atención en el caso de Portugal, debido a la importancia económica de la actividad en el país. Los autores identifican que el crecimiento de la demanda turística de británicos hacia el Algarve es influenciado, en primer lugar, por fluctuaciones en los precios relativos (donde los

tipos de cambio tienen un papel fundamental), y en segundo lugar, por cambios en la economía, especialmente sus efectos en la renta. Estas variables pueden ser utilizadas como indicadores adelantados de cambios en la evolución de la actividad turística.

Leon, Filis, y Eeckels (2006) estudian los ciclos de los ingresos provenientes del turismo receptor internacional de Grecia y los comparan con los ciclos económicos del país ocurridos entre 1976 y 2004. Los ciclos económicos, medidos por el Producto Interno Bruto (PIB) griego tienen duración media de cerca de 9 años, mientras que los ciclos turísticos duran aproximadamente 7 años. La volatilidad de los ingresos turísticos internacionales, según los autores, es tres veces superior a la del PIB del país. Por fin, indican que los movimientos de la renta turística y del PIB no son simultáneos, pero que los ingresos turísticos internacionales constituyen una variable anticíclica que puede ser utilizada como indicador adelantado del PIB griego.

Haywood (1998) presenta un trabajo más descriptivo, buscando una mejor comprensión de las relaciones entre el turismo y los ciclos económicos. En su opinión, esto permitiría explorar las relaciones temporales entre la economía y el turismo, el turismo y otras actividades económicas, y entre las distintas actividades que componen el turismo; identificar y saber cómo utilizar en el turismo las fuerzas que actúan en las diferentes fases del ciclo económico; conocer los puntos de giro del turismo; y desarrollar estrategias de gestión y marketing adecuadas. Para él, los ciclos económicos no dictan los períodos de crecimiento y de retracción del turismo, pero los exacerban. Datos preliminares presentados por el autor sobre el ciclo del turismo en Canadá entre los años de 1985 y 1995 muestran que la producción y el empleo turístico crecieron más que la economía en general. El turismo receptor internacional tuvo papel más importante en la expansión del turismo que la demanda doméstica, pese a esta representar una parcela mayor de la actividad total. Se identificaron marcados ciclos en el turismo, muy relacionados con variaciones en la economía del país. Los ciclos económico y turístico estaban sincronizados, pero había un desfase en el ciclo de la demanda doméstica de entre dos y tres trimestres después del ciclo económico medido por el PIB. Haywood (1998) considera importante comprender cada subsector del turismo, pues hay significativas diferencias en sus ciclos. El autor da especial atención a la fuerte relación de la actividad de alojamiento turístico con el sector de construcción e inmobiliario. Expone que el fuerte crecimiento del sector de alojamiento en un período de gran crecimiento económico general lleva a un aumento expresivo de las nuevas construcciones con fines hoteleros, que a su vez generan descensos en la tasa de ocupación de los alojamientos existentes, lo que aumenta el riesgo de las inversiones en el sector. Según el autor, la mayor participación de los

mercados de capital y el aprendizaje de lo ocurrido en burbujas anteriores ayudaría a estabilizar y disciplinar el sector, muy susceptible a especulaciones.

Con el objetivo de mejor comprender el ciclo de los subsectores del turismo, Choi, Olsen, Kwansa, y Tse (1999) estudian los componentes cíclicos del alojamiento turístico en Estados Unidos y establecen diversas conclusiones con base en los puntos de giro del sector entre los años de 1966 y 1993, a partir de los ingresos del sector hotelero. Para los autores, seguir y prever los ciclos sectoriales ayuda a conocer mejor una parte del ciclo económico, las relaciones temporales entre sectores de la economía y permite al empresariado conocer los puntos de giro de su actividad.

En los 28 años estudiados fueron identificados tres ciclos (de cima a cima o de fondo a fondo), con una duración media de 7,3 años. A partir de la datación de los puntos de giro del período, pudieron indicar cuando ocurriría que el próximo ciclo (entre 1996 y 1997). Los períodos de expansión presentan una duración media de 5,7 años. Después de atngir la cima, el sector decae bruscamente, y sus contracciones duran una media de 1,7 años. Estos hallazgos son contextualizados con la descripción textual de los períodos de contracción y expansión del sector en el período, que coinciden que los resultados calculados.

Otro resultado reseñable del estudio es la relación temporal entre el ciclo del sector y el ciclo económico general. Los ciclos económicos tienen efectos que se difunden por la economía, pero no necesariamente afectan a todos los sectores, al mismo tiempo o con la misma fuerza. Los autores indican que el alojamiento se adelanta a las cimas del ciclo económico por cerca de 0,75 años (es decir, nueve meses), y que sus fondos ocurren 0,5 años (seis meses) antes de los fondos del ciclo económico. Esto significa que el sector reacciona antes que la economía en general a las fluctuaciones del ciclo económico. La implicación de este hallazgo sería que al revés de esperar una “señal” de la economía para reaccionar, los resultados del sector de alojamiento constituyen un indicador adelantado de cambios económicos. Se trata de un resultado importante para planificar las medidas del sector ante crisis económicas, ya que el turismo podría sufrir los efectos de una contracción antes que los demás sectores económicos. Se puede interpretar este resultado considerando que los potenciales turistas reaccionan a las señales de disminución de la actividad económica recortando gastos con actividades no esenciales, como el turismo. Los viajes cortos podrían ser lo primero a ser cortado, como indica Frechtling (1982), pese a que cada vez haya una tendencia más amplia entre los consumidores a mantener el consumo turístico, aunque con viajes de menor gasto.

Aún en el sector hotelero, Chen (2010) analiza los efectos de la situación económica sobre algunos indicadores de desempeño de hoteles en Taiwán, entre los años de 1997 y 2008. Los autores concluyen que factores económicos y sectoriales (específicos del sector turístico) inciden positivamente en el resultado total de los hoteles, pese a que no todos los indicadores considerados son igualmente afectados. Además, los factores económicos tienen un poder de explicación ligeramente mayor que los factores sectoriales en relación con el desempeño hotelero. Se considera el sector hotelero de alta sensibilidad a la situación económica, debido a los altos costes fijos que estas empresas asumen. Esto porque la imposibilidad de bajar los costes fijos en momentos de contracciones de la economía, mismo con reducciones de su nivel de producción y ventas, hace los hoteles más sensibles a las condiciones económicas. Como consecuencia de esta característica, el volumen de ventas – dependiente de la situación económica – tiene una influencia muy pronunciada en los beneficios hoteleros.

2.4 Conclusiones del capítulo

Queda patente que el turismo es una actividad influenciada por fluctuaciones en variables económicas y no económicas que afectan la demanda y la oferta turísticas. En el estudio de los efectos de las fluctuaciones económicas en el turismo resulta útil utilizar el concepto de ciclo económico, que incorpora las fluctuaciones en conjunto de distintas variables económicas, y las características a él asociadas. Una vez que las contracciones y expansiones de la economía afectan a muchos sectores a la vez, sería razonable esperar que el turismo fuera influenciado de alguna forma. En especial, si se tiene en cuenta que el consumo turístico no es una necesidad primaria del ser humano – pese a su incorporación cada vez mayor a las pautas de consumo –, la disminución de los gastos con viajes en períodos de crisis sería una solución necesaria de los consumidores a la disminución (o perspectiva de disminución) de la renta disponible. En períodos de crecimiento económico, a menudo apoyados por el fácil acceso al crédito motivado por expansiones monetarias y por la permisividad a las entidades financieras, el consumo se desenfrena y las personas aprovechan la bonanza económica para satisfacer deseos de consumo reprimidos en épocas de dificultades. En momentos como estos, el turismo es uno de los sectores que se beneficia.

Dada la influencia de los ciclos económicos sobre el turismo, los países o regiones que dependen fuertemente de esta actividad deben tener conciencia de su vulnerabilidad a períodos de contracciones de la economía. En particular, la situación económica de los mercados emisores debe ser monitoreada.

La datación de los ciclos del turismo es un aspecto recurrente en los estudios, y un paso esencial para una mejor comprensión de las relaciones entre los ciclos económicos y la actividad turística. Otro tema común es el desfase de tiempo entre los ciclos económicos y el turismo. En general los estudios afirman que los puntos de giro del turismo ocurren después de sus equivalentes en el ciclo económico general. Sin embargo, Choi et al. (1999) identificaron que el ciclo del sector hotelero se adelanta al ciclo económico en las cimas (9 meses) y en los fondos (6 meses). Una posible interpretación sería que los consumidores, al detectar una señal de contracción en la economía, recortarían anticipadamente sus gastos turísticos no esenciales, o que, en el caso de expectativa de expansión, aprovecharían el buen momento para viajar. Se trata de un tema que necesita ser mejor investigado. Si el turismo reacciona después de los puntos de giro de la economía, como señala la mayoría de los estudios, se puede aprovechar la diferencia de tiempo para elaborar medidas contra los efectos negativos que las contracciones pueden provocar en el turismo (Guizzardi y Mazzocchi, 2010).

En todo caso, el uso de indicadores para prever el comportamiento del turismo en relación con el ciclo económico sería una contribución importante a la gestión pública y privada del sector, al permitir identificar con antelación futuras situaciones de disminución del consumo turístico. En este sentido, cabe señalar que algunos de los estudios analizados trabajan con el desarrollo de modelos de previsión para el turismo que incorporen en mayor medida los efectos de los ciclos económicos sobre el sector. Estos modelos dependen de la disponibilidad de datos sobre el sector turístico y sus subsectores. Sin embargo, algunos de los estudios sintetizados señalan que el nivel de detalle de los datos y su periodicidad pueden ser problemáticos (Choi, 2003; Choi et al., 1999; Guizzardi y Mazzocchi, 2010), lo que afecta directamente la construcción de indicadores para el turismo relacionados con el ciclo económico.

3. LAS CRISIS Y SU GESTIÓN EN EL TURISMO

3.1 Conceptos y características sobre crisis

En el capítulo anterior se trataron de los principales aspectos que relacionan el turismo con la economía, y en especial de la influencia de las fluctuaciones económicas en el sector. Algunas de estas fluctuaciones más severas se transforman en crisis que afectan el sector turístico. Los impactos de crisis económicas y de otros tipos de crisis en el turismo, así como las reacciones a ellas, pueden ser tratados usando lo que en la literatura especializada se conoce como gestión de crisis. De modo que el objetivo de este capítulo es presentar los principales conceptos, características y recomendaciones relacionados a la gestión de crisis en el turismo, y posteriormente especificar la discusión en torno de la influencia de las crisis económicas en el sector.

Diversos autores indican el aparente aumento de la frecuencia de crisis, así como del impacto de estos sucesos en la sociedad (de Sausmarez, 2007a; Faulkner, 2001; Ritchie, 2004). Entre los principales motivos de esta situación se apuntan el crecimiento de la población y del área del territorio por ella ocupada, mayores presiones económicas que interfieren en el comportamiento de empresas y gobiernos, el mayor uso y dependencia de la tecnología, y el aumento de la complejidad de la sociedad. Específicamente cuanto a crisis económicas, su aumento en los últimos años se puede explicar por el aumento de la liberalización financiera internacional, que genera incertidumbre, fomenta la especulación y causa desequilibrios agudos en la distribución de riqueza en la sociedad.

No hay señales de que estas crisis dejarán de suceder (Okumus y Karamustafa, 2005; Santana, 2004). Así pues, los gestores públicos y privados deben garantizar que destinos y organizaciones sean conscientes de los riesgos a que están sometidos y que estén disponibles los recursos necesarios para afrontar crisis capaces de interferir negativamente en su actividad (Ritchie, 2004; Santana, 2004).

No hay una definición consensuada sobre crisis. Santana (2004) considera este un obstáculo al desarrollo de los estudios sobre el tema. Según el autor, las definiciones y los motivos que generan las crisis son muy diversos e influenciados por la disciplina en la cual se basa cada estudio en particular.

El mismo autor (Santana, 2004) señala que desde los estudios de turismo son pocas las definiciones existentes, y que las que hay suelen ser específicas para cada estudio. La definición más comúnmente citada en las investigaciones sobre crisis y turismo es la ofrecida por Faulkner (2001). Este autor hace la distinción entre el concepto de desastre y el de crisis.

En su concepción, el término desastre es utilizado para referirse a una situación “en que una organización (o un conjunto de organizaciones en el caso de un destino turístico) se enfrenta a cambios repentinos, catastróficos e impredecibles, sobre los cuales se tiene escaso control”. A su vez, el término crisis se refiere a una “situación en la que la causa raíz del suceso, hasta cierto punto, es infligida por la propia organización por una ineficiente gestión u organización, o una deficiente adaptación al cambio” (Faulkner, 2001, p. 136). Según el propio autor de estas definiciones, la distinción entre los dos conceptos no es tan clara, y no pueden ser considerados como dicotómicos, pero sí como “polos opuestos en un continuum” (Faulkner, 2001, p. 146).

Henderson (1999a, 1999c) considera adecuada a la crisis financiera asiática de 1997 la definición de crisis ofrecida por Cassedy (1991) para el contexto turístico como “un desastre, sea él natural o de responsabilidad humana, que tiene potencial para trastornar completamente el sector turístico”. Sin embargo, la misma autora advierte que esta definición puede ser demasiado simplista pues las crisis pueden ser más complejas, menos perjudiciales y de menor alcance que lo sugerido en la definición.

En un artículo sobre los impactos en el Norte de Chipre de la crisis económica turca de 2001, Okumus y Karamustafa (2005) definen una crisis como:

“un evento no planificado que surge del entorno interno o externo de una organización, región o país, que trastorna las operaciones, amenaza física y mentalmente a las personas, y pone en peligro la viabilidad de entidades que no son más capaces de lidiar con la situación utilizando procedimientos de gestión convencionales”. (Okumus y Karamustafa, 2005, p. 943)

Entre estas definiciones mencionadas, se considera esta última la más adecuada a los objetivos de este trabajo.

Pese al problema de la definición del término, hay algunas características distintivas de una crisis (Santana, 2004). Normalmente no son previstas, es decir, no están en el ámbito normal de operación de una organización; por este motivo, evocan medidas no programadas para su solución, una vez que las prácticas convencionales suelen agravar la situación. La toma de decisión se ve perjudica por la existencia de muchas informaciones incompletas y contradictorias, y por el nivel de presión emocional y psicológica que recae sobre los responsables por las decisiones. Esta situación dificulta la tomada de decisiones acertadas y su implantación, haciéndolas más propensas a generar problemas. Además, en un momento en que serían bastante propicias, las soluciones creativas para los problemas que ocurren se tornan menos probables.

Las causas de una crisis pueden ser diversas. Una práctica común es dividir las entre internas y externas, desde la perspectiva del objeto de estudio considerado (Laws y Prideaux, 2006). Una crisis de origen interna puede ser más fácil de manejar en el turismo que una crisis externa, debido al mayor conocimiento del problema y de la capacidad más amplia de influir en las decisiones que se toman para afrontarlas. A su vez, una crisis de origen externa puede sorprender el sector por su llegada repentina y el menor grado de influencia que el turismo puede tener en su gestión (de Sausmarez, 2007a). En muchos casos, el sector no tiene la notoriedad o el poderío suficiente para presentar sus necesidades y sugerencias a los responsables por políticas o gestiones relacionadas a la crisis. En estos casos, no es inesperado que se vea perjudicado por decisiones que le afectan pero sobre las cuales no tiene la oportunidad de manifestarse (Laws y Prideaux, 2006). La crisis financiera asiática de 1997 presenta diversos ejemplos cuanto a esto.

Aún sobre las crisis externas es importante considerar la diversidad de crisis inicialmente no relacionadas con el turismo que pueden convertirse en crisis turísticas. Okumus y Karamustafa (2005) citan ejemplos de crisis generadas por guerras, conflictos político y sociales, atentados terroristas, epidemias, terremotos y tsunamis que se convirtieron también en crisis en el turismo.

La responsabilidad sobre una crisis puede recaer sobre organizaciones y gobiernos (Prideaux, Laws, y Faulkner, 2003; Scott, Laws y Prideaux, 2008). Su actuación puede desencadenar una serie de eventos que se propagan y afectan a otras entidades. En este sentido, Santana (2004) indica que la estructuración de organizaciones innovadoras y de alto desempeño tiende a aumentar su grado de complejidad y fragilidad. Se puede relacionar esta idea a la creación de productos financieros de alta complejidad que son uno de los componentes determinantes del origen de la crisis financiera global de 2008.

Cuanto a su ámbito geográfico, hay que distinguir entre crisis a nivel local, regional, nacional y global (Laws y Prideaux, 2006). Las crisis globales son cada vez más frecuentes debido a la creciente conexión entre los países y a la velocidad con que los eventos se distribuyen internacionalmente, y tienen un potencial mayor de impactar el turismo que crisis de ámbito local o regional.

Se pueden clasificar las crisis también por su relación con el tiempo. Ritchie (2004, con base en Parsons, 1996) indica tres tipos: crisis inmediatas que llegan casi sin avisar, lo que impide la preparación previa adecuada; crisis emergentes que llegan despacio y por lo tanto pueden ser paradas o limitadas; y crisis sostenidas que pueden durar semanas, meses o años.

El turismo es un sector particularmente sensible a crisis (Santana, 2004). Se considera que no hay un destino que sea inmune a la amplia gama de sucesos que pueden afectar las operaciones del sector (Faulkner, 2001; Laws y Prideaux, 2006), pues incluso la simple percepción de riesgo ya es suficiente para afectar los planes de turistas y de organizaciones relacionadas con los destinos (Henderson, 1999c, 2002).

Una división común de los tipos de sucesos que pueden influenciar el turismo distingue entre desastres naturales y sucesos de responsabilidad humana (Faulkner, 2001; Prideaux, Laws, y Faulkner, 2003; Ritchie, 2004; Sönmez, Apostolopoulos, y Tarlow, 1999; Okumus, Altınay, y Arasli, 2005; Song, Lin, Zhang, y Gao, 2010; Wang, 2009). La primera categoría contiene huracanes, erupciones volcánicas, terremotos, tsunamis y epidemias. Algunos ejemplos recientes son los huracanes Katrina en Estados Unidos y el Wilma en México, ambos en el 2005; los tsunamis que surgieron en el océano Índico en el 2004; epidemias como la fiebre aftosa del ganado en Reino Unido en el 2001, el síndrome respiratorio agudo severo en Asia en el 2003, y la gripe A (H1N1) del 2009.

En la categoría de sucesos de responsabilidad humana que afectan el turismo, se pueden incluir terrorismo, conflictos políticos, guerras, crisis económicas y financieras. Como ejemplos se citan los ataques terroristas del 11 de septiembre del 2001 en Estados Unidos o los de Bali en el 2003; los conflictos sociales en Indonesia a finales de los años 1990; el conflicto árabe-israelí en el Oriente Medio; la guerra de Iraq iniciada en el 2003; la crisis financiera asiática de 1997 y la crisis financiera y económica internacional de 2008.

Se nota por estos ejemplos que las crisis que afectan el turismo pueden ocurrir en destinos turísticos y sus competidores, en mercados emisores, o incluso en localidades distantes de cualquier uno de estos (Prideaux, Laws, y Faulkner, 2003). La diversidad de países que han sido citados en los ejemplos anteriores es un indicativo de que el turismo está sujeto a influencias de sucesos que ocurren en distintas partes del mundo. Ritchie (2004) indica que la globalización del sector, impulsada por la expansión internacional de muchas empresas, lleva a una mayor exposición a cambios políticos, económicos, sociales y tecnológicos que no son controlados de la misma forma que en los países de origen de aquellas empresas. Además, una sociedad cada vez más compleja, conectada e interdependiente crea la posibilidad de que una pequeña crisis local se propague a un nivel más amplio, llegando a países o regiones a los cuales en principio no tendría ninguna influencia. El turismo *per se* también es más complejo hoy que anteriormente, por su escala global y la interconexión entre sus diversos subcomponentes (Laws y Prideaux, 2006).

Estas características hacen que el turismo sea vulnerable a innúmeros factores sobre los cuales no ejerce un control directo. Aspectos como transportes, tipos de cambios, estructuras políticas y sociales, clima, entre otros, tanto en los lugares de origen como en los destinos turísticos, afectan el sector turístico pero no están bajo su influencia directa, lo que lo hace más vulnerable. Así que es bastante probable que una organización pueda sufrir los efectos de una crisis, no importa su tamaño, su naturaleza pública o privada, o el estilo de gestión que adopte (Santana, 2004).

La vulnerabilidad del turista a situaciones de crisis es determinante para comprender la vulnerabilidad de todo el sector. Los turistas pueden sufrir los impactos de una crisis en su local de residencia, en el desplazamiento hacia un destino turístico o en el propio destino (Prideaux, Laws, y Faulkner, 2003). Los desastres naturales y los ataques terroristas, por ejemplo, son amenazas a los turistas cuando están en los destinos o en el desplazamiento, mientras que alertas sobre riesgos a la salud o problemas económicos les afectan aún en sus localidades de residencia (Blake y Sinclair, 2003; Faulkner, 2001).

La duración de los efectos de las crisis es variable, así como su intensidad (Prideaux, Laws, y Faulkner, 2003). Una secuencia estándar de impactos de una crisis en un destino se inicia con el descenso del número de turistas o de los ingresos por turismo. Esto provoca el aumento del desempleo, la disminución de los beneficios empresariales y la reducción de la recaudación fiscal por las administraciones. Eventualmente, inversiones planificadas o en ejecución pueden ser suspendidas (Laws y Prideaux, 2006). Otros impactos negativos que se indican son aumentos de costes; trastornos y equívocos en las operaciones de las organizaciones; pérdidas de recursos humanos; turbulencias en el entorno de trabajo y de vida; y cierre de empresas (Okumus y Karamustafa, 2005). Los impactos negativos pueden ser intensificados si, por ejemplo, diversas crisis ocurren a la vez. Es lo que pasó con Indonesia entre los años 1996 y 2002, cuando al mismo tiempo el país afrontó una crisis económica, social y ambiental (Prideaux, Laws, y Faulkner, 2003).

El año de 2001 es ejemplar sobre el impacto de crisis en el turismo. Tras crecer cerca de un 5% al año desde la Segunda Guerra Mundial, en 2001 se registró un descenso de un 0,6% en las llegadas turísticas internacionales frente al año anterior (Santana, 2004). En aquel año, además de los atentados terroristas de 11 de septiembre en 2001 en Estados Unidos, hubo una crisis financiera a causa de la desconfianza en empresas que habían utilizado prácticas contables irregulares (la llamada “contabilidad creativa”). Sobre los ataques terroristas, que afectaron el turismo en todo el mundo, Santana (2004, p. 299) llega a afirmar que “cambiaron el modo de operación del sector para siempre”.

La importancia económica del turismo para muchos países es un importante motivo para que los gestores públicos y privados del turismo se preocupen por los efectos de crisis en el sector. Estos eventos pueden generar pérdidas importantes de recursos provenientes de la actividad turística para países que, independientemente de su nivel de desarrollo socioeconómico, tengan en el turismo uno de sus sectores económicos fundamentales (Andraz, Gouveia, y Rodrigues, 2009; Blake y Sinclair, 2003; de Sausmarez, 2004; Ritchie, 2004; Santana, 2004). Los efectos negativos sobre el turismo se extienden a otros sectores económicos que suministran bienes y servicios al turismo y que de él dependen. Gracias a las interrelaciones entre los sectores económicos, toda la economía de un país o región puede verse afectada (Blake y Sinclair, 2003). Esta situación hace necesaria la reacción ante la ocurrencia de una crisis para evitar o disminuir las pérdidas económicas (de Sausmarez, 2004), así como las materiales y humanas.

La ocurrencia de crisis también puede ser una amenaza al desarrollo sostenible de un destino turístico. Los choques generados por una crisis pueden perjudicar las estrategias de largo plazo elaborados en un contexto de promoción del desarrollo sostenible, la distribución de los beneficios de la actividad, la integridad de los recursos naturales y la supervivencia de grupos que dependen del turismo (de Sausmarez, 2007a). Desde otra perspectiva, las crisis de tipo económico pueden perjudicar el desarrollo sostenible al hacer prioritarios objetivos de corto plazo que no contribuyen a la sostenibilidad. Esto ha sido observado en Tailandia, cuando las dificultades económicas generadas por la crisis financiera asiática de 1997 llevaron el gobierno del país a priorizar actividades facilitadoras de la rápida obtención de divisas, estimulándose el turismo de masas en perjuicio de segmentos turísticos más responsables con el medio ambiente (Kontogeorgopoulos, 1999). Este caso es analizado en mayores detalles en el apartado 3.3.3 del trabajo. En la crisis económica de 2008 también se observa que los consumidores dan menor importancia a factores de sostenibilidad y responsabilidad a la hora de elegir productos turísticos, pues los precios ganan prioridad (Papatheodorou, Rossello, y Xiao, 2010).

Pero las crisis no generan solamente efectos negativos sobre el turismo. La posibilidad de que se generen efectos positivos tras la ocurrencia de una crisis es uno de los aspectos más comentados en la literatura (por ejemplo Faulkner, 2001; Faulkner y Vikulov, 2001; Prideaux, Laws, y Faulkner, 2003; Ritchie, 2004). La necesidad de contrarrestar lo antes posible los impactos negativos, de recuperarse, o de prepararse mejor para situaciones futuras, son impulsos que acaban por generar cambios en las organizaciones y destinos que les permiten mejores condiciones para actuar. En algunos casos, las crisis son un punto de giro para

organizaciones y destinos (Faulkner y Vikulov, 2001; Ritchie, 2004). Estos momentos de dificultades se convierten en oportunidades para su renovación parcial o completa, como en el caso de la renovación parcial o completa de establecimientos turísticos en Cancún, México, tras el deterioro provocado por el huracán Wilma. Papatheodorou, Rossello, y Xiao (2010) consideran que la crisis de inicio de los años 2000 (muy relacionada a los atentados del 11-S) aceleró la introducción del comercio electrónico en el turismo, lo que permitió importantes ahorros en costes para el sector y nuevas posibilidades de comercialización.

Otros efectos positivos mencionados (Faulkner, 2001; Faulkner y Vikulov, 2001; Okumus y Karamustafa, 2005; Prideaux, Laws, y Faulkner, 2003; Scott y Laws, 2006; Scott, Laws y Prideaux, 2008; Ritchie, 2004) son:

- El estímulo a la innovación;
- El reconocimiento de nuevos mercados;
- La mejor preparación para afrontar desafíos futuros;
- El surgimiento de líderes dentro de un sector o comunidad;
- Las modificaciones de estrategias que se mostraron inadecuadas tras la ocurrencia o durante una crisis;
- Mejores flujos de información entre organizaciones;
- Introducción de nuevos programas de gestión o de soluciones para reducir costes;
- Nuevas configuraciones o estructuras en redes de organizaciones y de stakeholders (agentes críticos o interesados), que se vuelven más eficientes y cohesivas después de una crisis.

Faulkner y Vikulov (2001) indican los impactos positivos y negativos sobre el turismo, decurrentes de una inundación que se produjo en enero de 1998 en la ciudad de Katherine, en Australia. Estos impactos, indicados en la Tabla 1, fueron clasificados por los autores en las categorías de marketing, inversiones, preparación para desastres, cohesión, y recursos humanos.

Este caso también es útil para ilustrar que, a depender de la perspectiva adoptada, la consideración de un impacto como positivo o negativo puede variar. Puede ser el caso de que una misma situación represente un aspecto positivo para un agente y un negativo para otro (Faulkner y Vikulov, 2001; Laws y Prideaux, 2006). Esto da margen a distintas interpretaciones de los efectos positivos y negativos de una crisis, que pueden afectar su gestión y evaluación.

Tabla 1
Impactos en el turismo de las inundaciones de 1998 en Katherine, Australia

Categoría	Impactos	
	Positivos	Negativos
Marketing	Exposición en la prensa debido a la inundación. La inundación pasó a ser un atractivo turístico.	Atención a los impactos de la inundación retrasaron las respuestas del mercado tras el restablecimiento de los servicios. Atención a la recuperación de la inundación desvió la atención de las cuestiones estratégicas.
Infraestructura e inversiones	Renovación de infraestructuras.	Cese de la inversión en expansión de la infraestructura.
Mejoras en la preparación para desastres	Elaboración del plan de gestión de desastres para el turismo. Mejora de las pólizas de seguros para incluir los efectos de inundaciones.	Pérdidas debido a las consecuencias de la inundación son un precio muy alto a pagar.
Cohesión	Impulso al espíritu de grupo y cooperación dentro del sector turístico. Aumento de la percepción social de los beneficios del turismo.	Tensión entre el sector turístico y los demás sectores económicos en la distribución de recursos
Recursos humanos	Riguroso test para los recursos humanos.	Alta rotación de personal y pérdida de empleados experimentados.

Nota. Fuente: Faulkner y Vikulov (2001).

Los impactos positivos y negativos pueden hacerse presentes tanto a corto como a largo plazo (Okumus, Altinay, y Arasli, 2005), pues algunos se manifiestan más inmediatamente (como la disminución de la demanda o el surgimiento de un líder) y otros tardan más a ser notados (la imagen perjudicada en el mercado o la mejor preparación para futuras crisis, por ejemplo).

Aunque sean posibles o deseables, los efectos positivos no necesariamente surgirán o serán permanentes, pues pueden depender de las condiciones del destino o de las organizaciones para recibir estos efectos positivos y hacerlos duraderos (Faulkner y Vikulov, 2001; Ritchie, 2004).

3.2 La gestión de crisis en el turismo

La gestión de crisis es la forma por la cual las organizaciones planifican y actúan en virtud de una crisis. Santana (2004) define gestión de crisis como un esfuerzo continuo que

las organizaciones hacen en una tentativa de, ante todo, comprender y prevenir crisis, y de efectivamente gestionar las crisis cuando estas ocurran, teniendo en cuenta el interés de sus *stakeholders*.

Se trata de un proceso que contempla la identificación previa de posibles crisis y su preparación para afrontarlas, además de las acciones que se ponen en marcha cuando una crisis es evidente. Según Ritchie (2004) la gestión de crisis en el turismo debe incluir la planificación y el seguimiento de posibles amenazas, la implantación de estrategias cuando las crisis ocurran, y la evaluación de la efectividad de las estrategias implantadas con el fin de mejorarlas. Como meta final, la gestión de crisis intenta hacer que lo antes posible se vuelva a un estado “normal”, no necesariamente igual al anterior (puede ser mejor o peor), pero con las condiciones sociales y económicas restauradas (de Sausmarez, 2004; Scott, Laws y Prideaux, 2008). Organizaciones privadas y públicas deben tener preparadas estrategias para evitar o disminuir los efectos de eventuales choques negativos sobre los flujos turísticos (Prideaux, Laws, y Faulkner, 2003; Ritchie, 2004).

Sin embargo, en la práctica poco se hace por la gestión de crisis (Ritchie, 2004; Santana, 2004), al parecer debido a la falta de preparación de los gestores, a la creencia de que las organizaciones no serán afectadas por crisis y por las propias dificultades que existen para llevarla a cabo.

En la literatura se afirma insistentemente que el sector no da atención suficiente a la preparación para crisis, pese a su vulnerabilidad (por ejemplo Faulkner, 2001; Santana, 2004; Sönmez, Apostolopoulos, y Tarlow, 1999). Diversos autores indican la falta de investigaciones sobre el tema (de Sausmarez, 2004; Faulkner, 2001; Henderson, 1999c; Laws y Prideaux, 2006; Okumus, Altinay, y Arasli, 2005; Prideaux, 1999; Ritchie, 2004; Santana, 2004), debido a la “naturaleza caótica y compleja” (Ritchie, 2004, p. 680) y por la limitación de los modelos teóricos y conceptuales existentes (Faulkner, 2001; Santana, 2004). Las investigaciones sobre crisis realizadas en el turismo, como es recurrente en esta área de estudios, han utilizado aportaciones provenientes de otras disciplinas como la economía, la administración, la geografía, la ingeniería y las ciencias políticas (Laws y Prideaux, 2006). A su vez, los estudios en estas áreas no suelen tener en cuenta los impactos de crisis sobre el turismo (Prideaux, 1999).

Sin embargo, a lo largo de los años han aumentado los estudios realizados desde el turismo sobre las crisis y sus impactos en el sector (Prideaux, 1999; Ritchie, 2004; Scott, Laws y Prideaux, 2008), seguramente motivados también por la percepción de una mayor recurrencia de sucesos dañinos al turismo en las últimas décadas. Hace falta profundizar en el

desarrollo de modelos teóricos y conceptuales específicos para el turismo (Ritchie, 2004). También se ha indicado (de Sausmarez, 2004, 2007b) que muchas investigaciones han enfocado en el nivel micro, tomando como objeto de estudio organizaciones o destinos específicos. Una excepción serían algunos estudios sobre la crisis financiera asiática de 1997 que adoptaron una visión más amplia al considerar los orígenes comunes y los efectos interrelacionados de esta crisis en diversos países.

Faulkner (2001) y Ritchie (2004) desarrollaron modelos prescriptivos de gestión de crisis y desastres específicamente para el turismo. En ambos casos se trata de dividir las crisis en fases e indicar las acciones y respuestas generales que se deben tomar en cada una de ellas. El modelo de Faulkner (2001) es el que más se ha aplicado, pero tiene un claro enfoque en desastres y no en crisis. El modelo de Ritchie (2004) aproxima la gestión de crisis a la gestión estratégica de las organizaciones turísticas, pero ha sido poco utilizado.

Un elemento importante de la gestión de crisis es conocer las fases de una crisis y las diferentes acciones que son necesarias en cada una de ellas. En la literatura se suele dividir las crisis entre tres y cinco fases. La división más tradicional, suficiente para las necesidades de este trabajo, es la de tres fases: la precrisis, la crisis en sí y la poscrisis (de Sausmarez, 2004, 2007a; Santana, 2004; Scott y Laws, 2006). A continuación son considerados los aspectos más relevantes de estas fases.

La precrisis es la fase que más beneficios puede aportar a la gestión de crisis, pese a la mayor atención que se suele prestar a la poscrisis (de Sausmarez, 2004). El elemento básico de la precrisis es la planificación previa. A través de ella se establecen los mecanismos para detectar la eventual llegada de una crisis y las acciones que serán empleadas para evitar sus daños o afrontar los desafíos que se impongan. Claro está que si no se identifica la llegada de una crisis, sus impactos pueden ser más fuertes o incontrolables (Santana, 2004), pero se trata de una tarea bastante desafiadora debido a las dificultades de prever diversos tipos de crisis a tiempo de poner en marcha las acciones necesarias (de Sausmarez, 2007a; Ritchie, 2004). Se espera que las organizaciones y destinos tengan al menos un documento con orientaciones generales sobre qué hacer y un grupo de personas o entidades preparados para asumir las funciones principales de la gestión de crisis (Sönmez, Apostolopoulos, y Tarlow, 1999). Sin embargo, son pocas las organizaciones turísticas que han planificado sus estrategias para gestionar crisis (de Sausmarez, 2004, 2007b; Faulkner, 2001; Faulkner y Vikulov, 2001; Ritchie, 2004).

Las dificultades existentes para prever crisis con suficiente antelación son importantes, pero en la literatura se indica que la utilización de técnicas de gestión de riesgo, escenarios e

indicadores puede contribuir con este fin (de Sausmarez, 2007a; Prideaux, Laws, y Faulkner, 2003). Sobre los indicadores, de Sausmarez (2007a) indica que estadísticas tradicionales de la demanda turística como llegadas e ingresos, en conjunto con datos ofrecidos por el sector empresarial, como reservas y tasas de ocupación, suelen estar relativamente disponibles y permiten su utilización como indicadores básicos.

La ausencia y la dificultad de prepararse para la crisis financiera asiática de 1997 es un argumento utilizado por Henderson (1999c) para criticar los modelos teóricos sobre gestión de crisis, una vez que no se observa en la realidad de las organizaciones turísticas, a excepción de unos pocos casos, la ejecución de este tipo de medidas y que su realización puede ser bastante difícil. De Sausmarez (2004), por ejemplo, cree que una planificación previa a este tipo de crisis tendría que ser tan amplia que le quitaría provecho. Prideaux (1999) cree que planes detallados para lidiar con crisis no tendrían suficiente flexibilidad para responder de forma rápida y decisiva. El autor prefiere que haya un mayor seguimiento de la situación de los mercados emisores, del destino y sus competidores, y el desarrollo de la capacidad de actuar en una crisis, considerando el reenfoque de la imagen del destino, la búsqueda de nuevos mercados, y la cooperación entre el sector turístico y el gobierno. A pesar de estas críticas, las recomendaciones a favor de la planificación son muy frecuentes en la literatura sobre gestión de crisis económicas en el turismo – incluso por aquellos que hacen las críticas –, aunque varíe el nivel de detalle esperado de esta planificación (de Sausmarez, 2004, 2007b; Henderson, 1999c, 2002; OMT, 1999; Prideaux, 1999; Wang, 2009).

Se entra en la siguiente fase (la crisis en sí) si la crisis llega a ocurrir y afectar a la organización o destino. En esta fase el objetivo de la gestión de crisis es limitar los efectos negativos de la crisis, lo cual depende fundamentalmente de la capacidad de gestión y del nivel de gravedad de la crisis. Esta es la fase que más llama la atención de la opinión pública, y se caracteriza por el trastorno y por la confusión, agravada por aspectos como la información escasa y equivocada, la multitud de agentes afectados y las pérdidas humanas, económicas y materiales que pueden ocurrir (Santana, 2004).

Aunque existan planes que den orientación a la acción en una crisis, su implantación puede ser difícil. La necesidad de tomar decisiones rápidas y la falta de información sobre la crisis y sus impactos aumentan el riesgo de equivocaciones. Estas condiciones específicas marcan una diferencia importante de la gestión de crisis con relación a la gestión en tiempos normales (Faulkner, 2001; Ritchie, 2004). Para que la implantación de las estrategias de gestión de crisis pueda ser más eficiente, Ritchie (2004) indica que las empresas deben ser flexibles para poder lidiar con este tipo de situación, y den la adecuada atención a la selección

e implantación de las estrategias, a la distribución de recursos y al trabajo en conjunto con agentes críticos del turismo y de otros sectores.

En algunas situaciones será evidente que las organizaciones o destinos no podrán controlar por completo las crisis a que se enfrentan. Son los casos, por ejemplo, en que una crisis afecta a ámbitos geográficos distintos a la vez (municipios, regiones, países) o en que las gestiones se realizan por otras organizaciones o en otros ámbitos donde no es posible una acción directa (Ritchie, 2004, p. 676).

Situaciones como estas refuerzan la necesidad de cooperación y de liderazgo en una crisis. La cooperación y las alianzas entre organizaciones y destinos pueden ser beneficiosas para la gestión de crisis al canalizar recursos y esfuerzos en estrategias más efectivas elaboradas en conjunto (Scott y Laws, 2006; Scott, Laws y Prideaux, 2008). Sin embargo, hay que considerar las dificultades de coordinación de una gran cantidad de agentes participantes, y los posibles conflictos entre organizaciones y destinos competidores o que tengan sus diferencias cuanto a objetivos o impactos sufridos. Uno de los motivos de los conflictos puede ser la disputa por recursos, que en general se tornan aún más escasos en situaciones de crisis (de Sausmarez, 2007b; Faulkner, 2001; Ritchie, 2004).

Problemas como estos por sí mismos explican la necesidad de liderazgo en una crisis. La presencia de un líder es fundamental para direccionar las actuaciones, coordinar y representar las demandas procedentes de los afectados, y tomar decisiones en cortos períodos de tiempo. También es positiva la existencia de un o varios equipos asesores con tareas específicas. Un ejemplo de equipo formado para liderar y afrontar de forma conjunta las crisis que afectan el turismo es el Comité de Reactivación del Turismo formado en el ámbito de la OMT. Este comité está formado por representantes empresariales y de los estados miembros de la organización, y actúa en la obtención y difusión de información en apoyo al sector. Ha actuado en crisis como la generada por los atentados del 11-S y en la crisis económica internacional de 2008. (Ritchie, 2004).

El liderazgo que ejercen los gobiernos es fundamental. Henderson (1999c, p. 115) afirma que “los organismos nacionales de turismo, con sus responsabilidades en marketing, investigación y desarrollo, tienen un importante papel a desempeñar en el proceso de gestión de crisis en el turismo, representando y actuando en pro de todo el sector”. De las administraciones turísticas se suele exigir la representación activa del sector, la implantación de políticas de estímulo y la distribución de recursos para afrontar dificultades e implantar estrategias reactivas – aunque los recursos y capacidades necesarios puedan no estar

disponibles para tal. La cobranza para con el sector público es una respuesta común del sector turístico a descensos significativos en el volumen de negocios (Blake y Sinclair, 2003).

Sin embargo, también hay que considerar que los gobiernos pueden agravar una situación de crisis con medidas inadecuadas o simplemente con no asumir sus responsabilidades públicas (Prideaux, Laws, y Faulkner, 2003). En el siguiente apartado, que trata de crisis económicas y turismo, se comentan algunos casos en que las administraciones actuaron en contra los intereses del turismo.

Las estrategias elegidas para combatir una crisis varían según el tiempo y los recursos disponibles, el grado de control existente sobre la crisis y sus impactos, y la magnitud de estos impactos (Ritchie, 2004). Aunque haya indicaciones de estrategias generales que pueden ser adoptadas para determinados tipos de crisis, las acciones emprendidas deben ajustarse a cada caso. Desde las administraciones, las medidas para estimular el turismo en contextos de crisis suelen incluir incentivos fiscales a inversiones, deducciones fiscales y aumento del crédito a empresas, aumento de la promoción turística, y facilitación de visados. En el sector privado, la oferta de paquetes promocionales y descuentos, el desarrollo de nuevos productos y la búsqueda por nuevos mercados son estrategias comunes (de Sausmarez, 2007).

Una dificultad básica a que se enfrentan los gobiernos a la hora de elegir entre políticas para combatir una crisis es la ausencia de estudios que analicen los méritos de estas intervenciones (Blake y Sinclair, 2003; Prideaux, Laws, y Faulkner, 2003). Con el objetivo de contribuir en este tema, Blake y Sinclair (2003) realizaron un estudio sobre la efectividad económica de las medidas propuestas por el gobierno de Estados Unidos y por el sector turístico del país para contrarrestar los efectos negativos de los atentados del 11-S en el turismo estadounidense.

Los autores apuntan que en casos como este los gobiernos se enfrentan a tres cuestiones: primero, saber si el descenso de la actividad turística es significativo para que valgan la pena las políticas de estímulo; segundo, saber la duración prevista de las perturbaciones, para decidir entre aislar el sector afectado si se prevé un choque de corta duración, o, si el problema es de larga duración o permanente, minimizar los costes asociados a la estabilización; tercero, decidir cuáles son las medidas adecuadas para el objetivo propuesto y cómo deben ser combinadas para que en conjunto sean lo más eficientes posible.

En sus análisis concluyen que la magnitud del descenso de la actividad turística provocada por los atentados del 11-S es alta y que no sería de corta duración, por lo que sin medidas de respuesta los impactos negativos económicos y sociales del choque serían significativos. Esto justifica la necesidad de intervención gubernamental. Las medidas que

podrían ser aplicadas surgieron de la propia administración y de sugerencias del empresariado. Los autores se las dividen en dos categorías: la primera incluye medidas de bajo coste para restaurar la confianza y aumentar la liquidez de las empresas, como créditos o préstamos, disminuir las responsabilidades de empresas cuanto a actos terroristas, aplazar pagos de impuestos, y pequeñas deducciones fiscales. En la segunda categoría están medidas de coste más alto, como compensaciones a las aerolíneas, créditos fiscales para consumidores y trabajadores del turismo, y acciones para aumentar la seguridad en la aviación. Tras evaluar los impactos de las principales medidas cuantificables, concluyen que todas potencialmente reducen los efectos negativos de la crisis provocada por los atentados, pero que la eficiencia de cada una de ellas es bastante desigual. Sus simulaciones indican que los subsidios al sector aéreo – el más afectado por la crisis – son los más eficientes, seguidos por subsidios al sector hotelero, mientras que los créditos directos al consumidor ofrecen el peor resultado en términos de efectividad. Se advierte que subsidios al subsector de entretenimiento pueden ser contraproducentes pues atraerían a este subsector trabajadores de los ya perjudicados subsectores aéreo y hotelero. En suma, se recomiendan los subsidios a la aviación y a la hotelería por su efectividad en contrarrestar los efectos de la crisis. Pese a la especificidad del caso, los autores indican que sus resultados generales pueden ser válidos para otras situaciones, motivo por lo cual fueron expuestos aquí sus resultados principales (Blake y Sinclair, 2003).

Parece razonable suponer que debido a la urgencia de las crisis, muchas de las medidas de respuesta son elaboradas sin los debidos estudios previos o sin experiencias anteriores que se las balicen. La posibilidad de que dichas políticas obtengan los resultados deseados es imprevisible. Además de la no consecución de los objetivos o el despilfarro de recursos públicos, las medidas pueden generar efectos negativos sobre el turismo, como en el caso del subsector de entretenimiento indicado en el párrafo anterior. Otro ejemplo sería el efecto negativo de largo plazo en la imagen y en la calidad de empresas y destinos que implanten demasiadas medidas relacionadas a un turismo masivo de precios bajos.

En la poscrisis, tercera y última fase de una crisis, se intenta volver lo más pronto posible a una situación más estable o normal (Santana, 2004). Cuanto mayores los impactos más difícil será la recuperación. Las organizaciones y destinos intentan estructurarse para recuperar los daños y retomar las operaciones dirigidas hacia sus objetivos estratégicos (de Sausmarez, 2007b). En este sentido, acciones promocionales y de comunicación cumplen un importante papel en la atracción de turistas y de inversores (de Sausmarez, 2007b; Ritchie, 2004).

Aunque se defiende que el aprendizaje deba ocurrir en todas las fases, en la poscrisis se dan las condiciones ideales para hacerlo debido a la proximidad a los acontecimientos. Se debe analizar la efectividad de las medidas implantadas y hacer las modificaciones que permitan afrontar mejor una futura crisis (Faulkner, 2001; Laws y Prideaux, 2006; Santana, 2004).

Henderson (1999c) indica que las teorías sobre gestión de crisis deben ser revisadas para considerar la realidad del sector turístico, con su dinámica particular que genera problemas específicos. Con base en sus análisis de la crisis financiera asiática de 1997, la autora considera que pese a las sucesivas amenazas provocadas por crisis que afectan el sector turístico, no se observa la práctica de la gestión de crisis como preconizada por la literatura, a excepción de unos pocos casos, ni la adecuación de los modelos existentes a los hechos ocurridos en dicha crisis. Otros autores hacen críticas similares. De Sausmarez (2004), por ejemplo, cree que una planificación previa a crisis tendría que ser tan amplia que le quitaría provecho. Prideaux (1999) cree que planes detallados para lidiar con crisis no tendrían suficiente flexibilidad para responder de forma rápida y decisiva. El autor prefiere que haya un mayor seguimiento de la situación de los mercados emisores, del destino y sus competidores, y el desarrollo de la capacidad de actuar en una crisis, considerando el reenfoque de la imagen del destino, la búsqueda de nuevos mercados, y la cooperación entre el sector turístico y el gobierno. A pesar de estas críticas, las recomendaciones a favor de la planificación son muy frecuentes en la literatura sobre gestión de crisis económicas en el turismo – incluso por aquellos que hacen las críticas –, aunque varíe el nivel de detalle esperado de esta planificación (de Sausmarez, 2004, 2007b; Henderson, 1999c, 2002; OMT, 1999; Prideaux, 1999; Wang, 2009).

3.3 Las crisis económicas y el turismo

En el capítulo anterior, cuando se trataban de las variables que influyen en la oferta y la demanda turística, se hizo referencia, entre otros factores, a la influencia de crisis económicas en el turismo. Pese a que no sea el tipo de crisis más considerado en la bibliografía sobre gestión de crisis en turismo, el estudio de este tipo de fenómeno en un contexto turístico fue fuertemente impulsado tras la crisis financiera asiática de 1997, que suscitó la publicación de diversos trabajos sobre sus impactos en el turismo y las medidas de respuesta.

Además de los trabajos ya comentados que indican la influencia de las crisis económicas sobre la demanda y la oferta turísticas, merecen ser añadidos dos comentarios

más provenientes de estudiosos de la economía del turismo. Figuerola (2000) considera las crisis económicas entre los desequilibrios coyunturales que afectan el turismo. Por su parte, Hidalgo (1996) indica elementos que interfieren en el nivel de impactos que una crisis económica provocará en la actividad turística, a saber: “las restricciones que la política económica aplique a los consumidores, la evolución de los precios turísticos ante la crisis, las peculiaridades de cada país de destino, la profundidad de la crisis en los países de origen de los clientes” (Hidalgo, 1996, pp. 175-6).

El objetivo de esta sección es relatar los principales impactos que las crisis económicas provocan en el turismo, las medidas de respuesta que se suelen implantar para contrarrestar los efectos negativos de estas crisis, y otros aspectos relevantes para el análisis de crisis económicas en el contexto del turismo. Primeramente se presentan dos casos de crisis económicas que fueron más detalladamente estudiadas desde la perspectiva del turismo, y con ellas se resaltan algunos aspectos relevantes para la comprensión del tema. En seguida se exponen dos estudios de casos que analizan las crisis económicas desde el turismo con enfoques diferentes de los más comunes.

3.3.1 La crisis financiera asiática de 1997

Antes de la crisis financiera de 1997 el Sureste Asiático era una de las regiones del planeta que presentaba el mayor crecimiento de sus economías. Países como Tailandia, Malasia, Corea del Sur e Indonesia registraban crecimiento medio anual de su PIB en torno al 5% en los 30 años anteriores a la crisis (de Sausmarez, 2007b). El turismo se beneficiaba de este crecimiento económico, siendo que la región de Asia y Pacífico registraba un crecimiento de las llegadas de turistas internacionales que era casi el doble de las demás regiones del mundo (Lew, 1999).

Sin embargo, en 1997 este escenario cambió. En julio de aquel año, en respuesta a fuertes presiones financieras, el gobierno de Tailandia suspendió la fijación de su moneda a una cesta de divisas en la cual predominaba el dólar estadounidense, y dejó que fluctuara según los mercados. Los mercados financieros reaccionaron con ventas de activos y retirada de capitales internacionales de Tailandia y de otros países de la región, que también tuvieron que devaluar sus monedas. La devaluación llegó al 70% en Indonesia, el 45% en Malasia, el 40% en Tailandia y el 20% en Singapur, con sus gobiernos incapaces de actuar. Los factores que más se indican como determinantes de la crisis fueron el exceso de deuda a corto plazo de bancos, empresas e instituciones financieras, acumulada para acometer inversiones especialmente en los sectores inmobiliario y turístico y en el mercado financiero; debilidades

de la regulación y prácticas inadecuadas del sistema financiero; grandes aumentos de precios de los activos; problemas en las cuentas externas de los países; relaciones muy próximas entre los sectores público y privado, generando corrupción y clientelismo; la duradera recesión de Japón; y ataques especulativos contra las monedas de la región. Países como Tailandia, Indonesia y Corea del Sur necesitaron de ayuda del Fondo Monetario Internacional (FMI) para poder honrar sus compromisos financieros, y otros como Rusia, Brasil, Hong Kong, Malasia, Singapur y Australia también fueron afectados de alguna manera. El resultado de la crisis en la región fue el aumento del desempleo y de la inflación, disminución de la renta disponible de las familias y la consecuente contracción de las economías de los países afectados. Pese a su gravedad, a mediados de 1999 casi todos los países de la región registraban crecimiento económico, aunque persistían las dudas sobre la sostenibilidad de la recuperación (de Sausmarez, 2007a; Henderson, 1999a; Henderson, 2002; Prideaux, 1999; Prideaux y Kim, 1999; Prideaux y Witt, 2000).

Pero no solamente la crisis financiera generaba problemas en la región. Los problemas económicos fueron el detonante de graves tensiones sociales y políticas en Tailandia, Malasia y especialmente en Indonesia, donde cuestiones étnicas y separatistas llevaron a serios conflictos, difundidos internacionalmente por la prensa. Al mismo tiempo, en este último país una serie de quemadas ilegales promovidas por agricultores en áreas rurales, no controladas por las administraciones, creó una nube de humo que perjudicaba la calidad del aire y la visibilidad en los países vecinos, provocando problemas a la salud y en la imagen turística de la región (de Sausmarez, 2004; Henderson, 1999c, 2002; Lew, 1999; Prideaux, Laws, y Faulkner, 2003).

Las tres crisis (financiera-económica, social y política, y ambiental) ejercieron un fuerte impacto negativo en la demanda turística con destino al Sureste Asiático. Todos los sectores del turismo fueron afectados (Henderson, 1999b, 1999c, 2002). Los problemas económicos generaron la disminución de la propensión a viajar de los residentes en los países afectados, debido a la reducción de la renta de las familias y a la devaluación de las monedas nacionales que encarecieron los viajes al exterior. El descenso del mercado regional, responsable por cerca del 75% de las llegadas (Henderson, 1999c), generó un importante impacto. Los mercados emisores más distantes, como Europa, Estados Unidos, e incluso Australia y Nueva Zelanda, fueron beneficiados por la devaluación de las monedas de los países afectados por la crisis, pero los problemas ambientales, sociales y políticos eran obstáculos importantes al aumento de la demanda turística proveniente de estos mercados, que no compensó por completo el descenso del turismo intrarregional.

Los impactos de la crisis en la demanda turística no fueron iguales en todos los países de la región, posiblemente debido a las condiciones económicas y sociales específicas y a las acciones de respuesta implantadas tanto a nivel general como sectorial (Prideaux, 1999). La Tabla 2 presenta datos de los cuatro países que estaban en el centro de la crisis, recopilados por Henderson (2002). La disminución del crecimiento empezó en 1997 y atingió su punto máximo en 1998, con descensos de más del 10% en Indonesia, Malasia y Singapur. En 1999 se recuperó el crecimiento de las llegadas, especialmente a partir de la mitad del año. Cuanto a los ingresos, en 1997 y 1998 se registraron fuertes descensos anuales, en proporciones significativamente mayores que las llegadas, debido al descenso de precios, a la depreciación cambiaria y a la disminución del gasto medio de los turistas. Es interesante destacar que Tailandia logró mantener el crecimiento de las llegadas en el período de las crisis (aunque en un valor irrisorio en 1997), debido a la mejor imagen turística internacional, a la mayor competitividad en precios causada por la devaluación de su moneda, y a las acciones que se desarrollaron para combatir los efectos negativos de la crisis (Kontogeorgopoulos, 1999; Lew, 1999). La OMT (1999) informa que en 1998, año en que la crisis produjo sus peores efectos en el turismo, el total de llegadas a la región descendió un 4% y los ingresos un 9,4%. Sin embargo, a partir de mediados de 1999 algunos países ya se registraban crecimiento en las llegadas turísticas, y se esperaba un aumento más expresivo en 2000 y 2001 (de Sausmarez, 2007b, OMT, 1999; Prideaux y Witt, 2000).

Tabla 2
Llegadas e ingresos turísticos en países seleccionados

País	Llegadas			Ingresos	
	1997	1998	1999	1997	1998
Indonesia	3,0	-11,2	4,1	-15,6	-24,0
Malasia	-1,3	-10,6	8,1	-39,2	-9,1
Singapur	-1,2	-13,8	11,1	-24,3	-14,9
Tailandia	0,7	7,5	5,6	-18,7	-15,8

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de Henderson (2002).

Para contrarrestar los efectos negativos de la crisis los países necesitaron implantar diferentes medidas para estimular la llegada de turistas. Henderson (2002) resume estas medidas en las siguientes categorías:

- Priorización de mercados que no fueron afectados por los problemas económicos;
- Incentivo al turismo doméstico;
- Realización de acciones dirigidas a nichos específicos del mercado;

- Desarrollo de nuevos tipos de turismo;
- Reposicionamiento en el mercado;
- Poner énfasis en productos de buena relación calidad-precio;
- Ofrecer descuentos;
- Incentivos y programas especiales;
- Cooperación entre sector público y privado y entre destinos;
- Supresión de restricciones legales (en temas como visados, por ejemplo);
- Refuerzo de las relaciones con la prensa para obtener publicidad positiva.

Son medidas operadas desde las administraciones de turismo teniéndose solamente a este sector como objetivo. Además, los gobiernos implantaron medidas fiscales y monetarias para al menos disminuir los efectos negativos de la crisis en sus economías.

Uno de los aspectos más determinantes del nivel de impactos de la crisis financiera asiática en el turismo y de las medidas de respuesta implantadas es la relación de tipos de cambio que se establece entre cada país de destino, sus centros emisores y sus competidores (de Sausmarez, 2007b; Henderson, 1999c, 2002; Prideaux, 1999). Como visto, el detonante de la crisis fue la fuerte devaluación de las monedas locales. El efecto directo de estas devaluaciones fue baratear el coste del viaje para mercados de monedas más fuertes, en este caso destacadamente Estados Unidos, Europa, Japón, Australia y Nueva Zelanda, lo que estimuló la llegada de visitantes de estos países al disminuir el coste de los viajes a los destinos de monedas devaluadas. De otro lado, la devaluación de la moneda dificultó la salida al exterior de los residentes de los países asiáticos que registraron pérdida del valor de cambio de sus monedas. Una vez que la actividad turística en la región depende en gran medida de los países vecinos, hubo una fuerte contracción del turismo intrarregional, que se volvió bastante más sensible a precios que antes de la crisis. Al mismo tiempo, una reacción común de los residentes de un país con moneda devaluada es priorizar el consumo de viajes dentro del propio país, en respuesta al aumento de los costes de viajes al exterior. Por este motivo, la crisis financiera asiática impulsó el turismo doméstico en los países que sufrieron devaluación cambiaria. Hay que añadir que los viajes en el propio país también son facilitados por el más amplio conocimiento y acceso a la información que los residentes tienen o pueden tener sobre los destinos nacionales, tanto sobre la oferta de servicios y atracciones como sobre los precios (de Sausmarez, 2007b), lo que les ayuda a mantener el coste total del viaje dentro de un presupuesto reducido previamente fijado, como es habitual en situaciones de restricciones económicas. Los gobiernos sacaron provecho de esta nueva situación y estimularon los viajes

dentro del país a través de campañas promocionales y ofertas especiales. Para países que se enfrentaban a una extrema necesidad de mantener las divisas extranjeras en su territorio, el descenso del turismo emisor internacional fue una ayuda fundamental en este sentido (Henderson, 2002). A pesar de todo, en general se observó que el aumento de las llegadas de visitantes de países más distantes y del turismo doméstico no fue suficiente para compensar el descenso del más significativo mercado del propio Sureste Asiático.

Aún cuanto al tema de los tipos de cambio, hubo casos en que la menor devaluación de la moneda nacional de un país en relación con la de sus competidores perjudicó su turismo receptor, como es el caso de Singapur, Australia y Hong Kong (Lew, 1999; Prideaux, 1999; Prideaux y Witt, 2000). En el caso de Singapur, esta situación perjudicó la llegada de turistas de la región y favoreció la salida de sus residentes al extranjero. En Australia, la apreciación de la moneda local en 1999 (ya al final de la crisis) impactó negativamente la llegada de turistas de mercados como Europa y Estados Unidos. Estos ejemplos contrastan con el caso de Malasia, sobre el cual hay opiniones de que la devaluación fue bastante positiva para estimular el turismo doméstico e incluso el intrarregional (de Sausmarez, 2007b). Sin embargo, el potencial beneficio de un cambio devaluado al turismo receptor internacional y al turismo doméstico no se concretizó en todos los casos, pues algunos turoperadores extranjeros decidieron mantener los precios que habían fijado antes de la devaluación (Henderson, 1999b), porque algunas empresas turísticas de la región fijaban sus precios en dólar estadounidense, y porque las crisis ambiental y sociopolítica dificultaban la llegada de un mayor número de turistas (Henderson, 1999c).

Aunque sea una respuesta común para atraer a la demanda, el descenso de precios puede traer problemas a los destinos y organizaciones turísticas (Henderson, 1999c; Organización Mundial del Turismo [OMT], 1999; Prideaux, 1999). Una exagerada competencia por precios puede tener como consecuencia la pérdida de calidad de los servicios y el deterioro de la imagen del destino, lo que podría perjudicar su capacidad para volver a competir tras recuperarse de la crisis, especialmente si se pretende trabajar junto a segmentos de mercados menos sensibles a las variaciones de precios. Los precios más bajos pueden traer problemas en los resultados finales de destinos y empresas en lo que se refiere a ingresos obtenidos con el turismo, pues en situaciones de crisis económicas es menos probable que los turistas lleguen en volúmenes suficientes para generar ingresos en montantes iguales o superiores a los que se puede registrar en épocas de precios normales. Pero como los objetivos de las organizaciones en tiempos de crisis suelen ser más modestos, en muchos casos buscándose al menos evitar grandes pérdidas, el descenso por precios es una estrategia a que

muchas veces se va a acudir, como en el caso de las empresas turísticas en la crisis financiera asiática.

En conjunto, la contracción económica en los mercados emisores regionales y los cambios en los precios de los destinos generaron modificaciones en el perfil de su demanda turística, a comenzar por la participación de los diferentes mercados en la composición de su demanda total, y por las fluctuaciones en el consumo de los servicios turísticos, que dependen en gran medida del segmento de mercado a que se dirigen. En este sentido, Lew (1999) observa que en Singapur los viajes de ocio fueron más impactados que los viajes a negocios, y que hubo una gran disminución del uso de hoteles, pese al descenso de precios, sustituidos por el aumento del uso de viviendas de amigos y familiares.

El sector empresarial del turismo sufrió fuertemente con la crisis, registrando descensos de las operaciones en aerolíneas, hoteles, restaurantes y agencias de viajes. Diversas empresas se enfrentaron a procesos de reestructuración en lo que se refiere a adquisiciones, cambios en procedimientos de gestión y operaciones, y nuevas orientaciones de mercado. La reducción de costes era una medida básica implantada por las empresas, que impactó a los empleados en términos de despidos, congelación de salarios y cortes de beneficios (Henderson, 2002; OMT, 1999).

Fueron los organismos gubernamentales con responsabilidad sobre el turismo que llevaron a cabo las principales actividades de gestión de la crisis en el sector. Ya se ha mencionado en este capítulo el papel que tienen estas instituciones en liderar el sector y defender sus intereses. El sector turístico reacciona a una crisis presionando a los gobiernos para que actúen en el sentido de disminuir las pérdidas del sector y estimular la llegada de visitantes. Sin embargo, hay diversos factores que impiden que los organismos nacionales de turismo actúen de la manera más adecuada. Henderson (2002), con base en el caso del Sureste Asiático, afirma que estos organismos pueden no ser adecuados para gestionar crisis, debido a su estilo de gestión y organización particular de la administración pública, por gozar de protección contra muchas dificultades de la realidad empresarial, y por sus vínculos con la política. Sin embargo, la falta de una alternativa clara, como podría ser la colaboración entre los sectores público y privado (de Sausmarez, 2004), hace que estos organismos sigan cumpliendo este papel.

Un grave problema a que se enfrentaron los organismos nacionales de turismo durante la crisis financiera asiática fue la reducción de su presupuesto. En diversos países las administraciones de turismo tuvieron sus presupuestos recortados debido a la necesidad general de ahorrar, además de la pérdida de valor de los recursos financieros que tenían a

disposición causada por las devaluaciones cambiarias. Las consecuencias más destacadas fueron el cese de algunas oficinas de representación en el extranjero, la modificación de campañas promocionales para disminuir sus costes, la suspensión de inversiones, el menor apoyo a investigaciones, y el no cumplimiento de medidas que habían sido anunciadas anteriormente (Henderson, 1999b, 2002; King, 2000; Kontogeorgopoulos, 1999). En el drástico caso de Indonesia, el gobierno decidió cerrar su administración de turismo y otorgó las responsabilidades al sector privado. Además, para ahorrar US\$ 35 mil retiró el país de la asociación regional del turismo de la región y de la principal asociación internacional de turismo de congresos y convenciones (Prideaux, 1999). Tras realizar una encuesta con los organismos nacionales de turismo de la región durante la crisis, la OMT (1999) resaltó la necesidad de que tuvieran a su disposición los recursos y capacidades adecuados para afrontar una situación como aquella, teniéndose en cuenta las debilidades que estos organismos presentaban y las exigencias sobre su actuación.

En general los gobiernos tardaron en reaccionar a la crisis, tanto a nivel general como sectorial, y sus primeras actuaciones se caracterizaban por la prisa y la falta de coordinación (de Sausmarez, 2004, 2007b; Prideaux y Witt, 2000). En el caso de Malasia, de Sausmarez (2004, 2007b) informa que el gobierno alegó que en los dos primeros años su estrategia era restablecer la economía como un todo, para después prestar atención a sectores particulares. Sin embargo, para la autora el turismo debería ser considerado un sector clave para la recuperación debido a su capacidad de obtener divisas, su importancia en la economía del país, el retorno rápido de las acciones que lo tienen como objeto, los vínculos que mantiene con muchos sectores económicos, y su mayor resistencia a crisis en comparación con otros sectores. Con independencia de la real contribución que el turismo puede ofrecer a la recuperación de una crisis, para que reciba una mayor atención y no sea perjudicado por decisiones tomadas en ámbitos superiores el sector debe saber presentar a la sociedad y a los dirigentes políticos los beneficios que puede generar. En este sentido, contar con datos fiables sobre su impacto económico en términos de empleo, renta y capacidad de atraer divisas extranjeras es fundamental (Henderson, 1999c, Prideaux, 1999). En Tailandia el reconocimiento del potencial del turismo de atraer las divisas que el país necesitaba permitió la mejora de la percepción social sobre el sector (Kontogeorgopoulos, 1999).

Algunas de las acciones implantadas por los gobiernos tuvieron consecuencias negativas. En el caso de Australia, Prideaux y Witt (2000) consideran incorrecta la actuación del gobierno del país en relación con el turismo, dada su importancia económica, en los siguientes aspectos: disminuyó el grado de importancia de la administración de turismo en el

gobierno central del país; aumentó la recaudación de impuestos a partir del sector turístico (parcialmente contrarrestado por un aumento de las inversiones); implantó una reforma impositiva que impactaría negativamente las empresas; y lanzó en 1998 un débil plan nacional de turismo que no respondía a las necesidades del momento. En el caso de Malasia, Sadi (1999) defiende que el control de capitales impuesto por el gobierno del país para mantener las divisas extranjeras en su territorio sería contraproducente para el turismo, por crear dificultades para inversiones y turistas. El turismo sería en este caso víctima de la crisis y de las medidas que se elaboraron contra ella.

En general, se considera que la actuación de los gobiernos fue positiva, por al menos haber impedido efectos negativos más relevantes. Esto no impide las críticas sobre la demora en actuar, la falta de coordinación, la insuficiencia de algunas medidas y los efectos negativos que de algunas medidas en el turismo (de Sausmarez, 2007b, Henderson, 1999c). Sin embargo, se cree también que lo más importante para la recuperación del turismo puede haber sido la recuperación de la economía en general y el retorno de la estabilidad a la región (de Sausmarez, 2004; Henderson, 2002), y no las medidas sectoriales. Este último aspecto refuerza la necesidad de analizar el turismo en un contexto más amplio, como una actividad que no es independiente de factores económicos, sociales, ambientales, políticos y culturales sobre los cuales ejerce poco o ningún control, pero de los cuales depende y puede ser severamente influenciada, positiva o negativamente (Henderson, 1999b, Prideaux, 1999).

La ausencia de planificación previa y de mecanismos de prevención dificultó la actuación contra la crisis asiática. Pero el principal problema fue la dificultad de prever la crisis financiera, que llegó de forma repentina, sorprendiendo incluso a organizaciones relacionadas con el sistema financiero. Tampoco se esperaba que la crisis llegara al sector turístico, especialmente con la rapidez que lo hizo (de Sausmarez, 2007a; Henderson, 1999a, 1999c, 2002; Prideaux y Witt, 2000).

La crisis también dejó algunos impactos positivos. Henderson (1999a) indica que se trataba de una oportunidad de mejora para todo el sector, y que las propias organizaciones consideraban que solamente las empresas mejor preparadas superarían la crisis. De Sausmarez (2007b) y Kontogeorgopoulos (1999) ven el turismo en Malasia y Tailandia, respectivamente, mejor considerado por el gobierno después de la crisis, debido a su importancia en la recuperación económica y a su capacidad de atraer divisas extranjeras al país. La OMT (1999) relata más aspectos positivos: el sector turístico se mostró más resistente a la crisis que otros sectores económicos; se dejó en evidencia algunas malas prácticas de empresas privadas y de organismos públicos; algunas empresas oportunistas y especuladoras fueron eliminadas del

mercado; y se provocó una reestructuración del sector que mejoró su nivel de competitividad. El sector turístico salió de la crisis consciente de su vulnerabilidad y de su dificultad para lidiar con este tipo de situación (de Sausmarez, 2004; Henderson, 2002).

En el caso de la crisis financiera asiática, hay que considerar el impacto simultáneo de otras crisis que ocurrían al mismo tiempo en la región. Pese a la dificultad de separarse los impactos de las tres crisis, las opiniones más frecuentes son de que la crisis financiera, y en un segundo nivel los problemas políticos y sociales, fueron los más perjudiciales al turismo en aquellos años. La crisis ambiental relacionada a la nube de humo también incidió negativamente pero su efecto fue de menor duración (Henderson, 1999c, 2002; Lew, 1999).

Asimismo, es relevante evaluar el grado de impacto de las crisis económicas en relación con las expectativas que se generan. Prideaux (1999) defiende que el impacto de esta crisis en el turismo de la región fue menor que lo esperado, teniendo en cuenta la rápida recuperación del sector, la manutención de un volumen significativo de llegadas en algunos casos, y las previsiones alarmantes que se hacían al comienzo de la crisis. Incluso el autor indica que el turismo podría salir fortalecido de la crisis debido a la mejora de los fundamentos económicos en los países de la región. La OMT (1999) reconoce que los resultados del turismo en 1999 eran mejores que las previsiones que la propia organización había preparado en 1998, el peor año de crisis.

Igualmente, conviene comparar el nivel de impactos de la crisis financiera asiática con otros sucesos. Dos estudios distintos (Chen, Kim, y Kim, 2005; Wang, 2009) concluyen que dicha crisis ejerció menores impactos en el turismo de Taiwán que crisis generadas por ataques terroristas, epidemias y desastres naturales. Por otro lado, Chen (2007) reporta que la crisis financiera asiática fue el segundo factor que más influyó negativamente los rendimientos de las acciones de hoteles en China, comparándola con otros sucesos. Para McKercher y Hui (2004) el impacto de la recesión que sufría Hong Kong, iniciada con la crisis financiera asiática, sería más grave para el turismo emisor del país que eventos como los ataques terroristas del 11-S, pues estos últimos ejercen un efecto inmediato pero corto en la demanda, mientras que en las recesiones los consumidores no están seguros sobre cuándo las condiciones mejorarán. En todo caso, como indica Wang (1999) y demuestran los resultados de la crisis financiera asiática, el sector suele recuperarse en poco tiempo.

Desde la perspectiva teórica, Henderson (2002) considera que las condiciones particulares de la crisis financiera asiática, con su complejidad, larga duración y dinamismo, dificultan encuadrarla en los modelos de gestión de crisis más comunes. Ya se han comentado las críticas que existen cuanto a la adecuación de los modelos que prescriben la planificación

previa como un instrumento para gestionar crisis. Posiblemente este sea un problema propio de la adaptación del marco teórico sobre gestión de crisis en general a la gestión de crisis económicas en el turismo, pues los efectos que estas producen y las medidas de respuesta que incitan son diferentes de aquellos que surgen en crisis provocadas por desastres naturales, ataques terroristas, entre otros. Esta hipótesis refuerza la necesidad de estudiar el impacto de crisis económicas en el turismo, buscándose desarrollar un marco teórico que permita comprender mejor cómo el turismo reacciona a estos sucesos, para poder ofrecer recomendaciones de acción más adecuadas.

3.3.2 La crisis económica turca de 2001

En el inicio del año 2001, Turquía se enfrentó a una de las peores crisis económicas de su historia reciente, debido a conflictos políticos internos, deficiencias estructurales, gran endeudamiento interno y externo, y altos niveles de corrupción. El PIB del país medido en dólares estadounidenses cayó un 26,5% en aquel año frente al anterior (Okumus y Karamustafa, 2005). La consecuencia de la crisis fue el deterioro de la situación en el mercado financiero, el pronunciado aumento de los tipos de interés, la incertidumbre económica y política, el cierre de innumerables empresas y el aumento del desempleo (Okumus, Altinay, y Arasli, 2005).

Además de esta crisis, el turismo en Turquía sufría con las consecuencias de diversas crisis globales, regionales y nacionales, causadas por guerras, terrorismo y desastres naturales. El resultado fue una brusca caída de las llegadas y de los ingresos turísticos en el país, que aún se sentían pasados algunos años después de la crisis (Okumus y Karamustafa, 2005; Okumus, Altinay, y Arasli, 2005).

Los problemas en Turquía impactaban directamente la República Turca del Norte de Chipre, localizada al norte de la isla de Chipre, reconocida internacionalmente solamente por el gobierno turco, y económicamente dependiente de Turquía. Los dos estados utilizan la misma moneda, la lira turca, que sufrió depreciación debido a la crisis. Como resultado, descendió el coste de viajes a estos destinos desde países con monedas más fuertes, como los mercados de Europa Occidental.

Los impactos de la crisis económica turca en el propio país fueron estudiados por Okumus y Karamustafa (2005) y los impactos en el Norte de Chipre por Okumus, Altinay, y Arasli (2005). En esta sección se presentará un resumen de estos casos a partir de estas dos referencias.

Con base en la misma metodología, fueron investigados los impactos positivos y negativos de la crisis a corto y a largo plazo en los dos países, según la percepción de empresas del sector de alojamiento. En ambos países la indicación de impactos solamente negativos no fue muy superior, en términos porcentuales, a de impactos negativos y positivos concomitantes. A su vez, la ocurrencia de impactos exclusivamente positivos fue poco indicada. Los impactos negativos son más relevantes, pero no son los únicos.

Entre los principales impactos negativos de corto plazo, algunos son comunes a los dos países: el descenso de la demanda doméstica en Turquía y de la demanda turca en Norte de Chipre, las dificultades para obtener préstamos y la necesidad de postergar proyectos de inversión. En Turquía son específicos el ambiente de trabajo estresante, y los atrasos en servicios de las autoridades locales. En Norte de Chipre también se apunta el aumento de costes.

Los más destacados impactos positivos de corto plazo comunes en los dos países fueron la posibilidad de aumentar los precios en moneda local (debido a la devaluación de la moneda que barateó el viaje de los extranjeros), la disminución de costes, la introducción de nuevas técnicas de gestión y la atención a problemas de gestión internos. En Turquía también fue indicada la reestructuración de procesos empresariales, y en Norte de Chipre el aumento de la demanda de turistas extranjeros no turcos.

Los principales impactos negativos a largo plazo en Turquía y Norte de Chipre son similares: nuevos descensos de la demanda doméstica en Turquía y de la demanda Turca en Norte de Chipre, el posicionamiento de los países como destino baratos, atrasos de las inversiones públicas y privadas en el sector turístico, y el abandono del sector por algunos empleados calificados.

La similitud ocurre también con los impactos positivos a largo plazo: mayor atención al marketing, expansión a nuevos mercados, implantación de técnicas de gestión más profesionales, aumento de la atención a la calidad del servicio, y estímulo al desarrollo de nuevos productos.

Okumus, Altinay, y Arasli (2005) afirman que por depender del mercado turco, el turismo de Norte de Chipre fue más perjudicado que el de Turquía, pues este último contaba con una participación mayor de otros mercados en su turismo receptor. Okumus y Karamustafa (2005) indican incluso que Turquía no sufrió impactos negativos en el turismo receptor internacional y en los ingresos. Debido a esto, establecen la hipótesis de que una crisis económica en el destino no tiene impactos negativos en sus llegadas e ingresos, pero si la crisis ocurre en un mercado emisor los destinos pueden sufrir consecuencias negativas.

Se comenta también que algunos impactos positivos solamente se materializan si se toman medidas a su favor. Para tal es necesario invertir tiempo, personal y recursos financieros, elementos que no están fácilmente disponibles en estas empresas (Okumus, Altinay, y Arasli, 2005). Además, se constata que la crisis torna al empresario más conservador, perjudicando la iniciativa empresarial y la competitividad. Este hallazgo, según Okumus y Karamustafa (2005), sería una diferencia importante en relación con lo que se suele afirmar en la literatura sobre gestión de crisis, que defiende que los empresarios se motivan por los desafíos creados.

La respuesta de los gobiernos a la crisis fue reactiva, con medidas elaboradas para cada situación en concreto. No hubo ningún tipo de prevención o planificación previa desde los gobiernos o de las empresas. En ambos países el apoyo gubernamental no fue suficiente para contrarrestar los problemas a los cuales el sector se enfrentaba. En el caso del Norte de Chipre, el sector no tiene poder para presionar al gobierno, pese a su importancia económica (Okumus, Altinay, y Arasli, 2005). Okumus y Karamustafa (2005) recomiendan la formación de un fondo con recursos que pueden ser utilizados para apoyar al sector en crisis futuras.

Okumus y Karamustafa (2005) establecen otras dos hipótesis que pueden ser útiles al estudio de crisis económicas que afectan al turismo. La primera es que no hay una acción proactiva para gestión de crisis debido a las características de la cultura empresarial y de la cultura general del país. La segunda hipótesis se refiere a la posible existencia de correlación entre el nivel de desarrollo socioeconómico de un país y la efectividad de las estrategias de gestión de crisis utilizadas. En el caso de Turquía y del Norte de Chipre, estos aspectos – la cultura empresarial, la cultura general, y el nivel de desarrollo económico – supuestamente influyeron negativamente en la gestión de la crisis.

3.3.3 Otros enfoques sobre el impacto de crisis económicas en el turismo

En este apartado serán expuestos dos estudios de caso que traen perspectivas distintas al análisis desde el turismo sobre la gestión de crisis económicas. El primero de ellos aborda una iniciativa de desarrollo regional en Japón a partir del turismo, que se enfrentó a dificultades desde su concepción y a problemas causados por la recesión económica que llegó al país en la década de 1990. El segundo caso trata del impacto ambiental de la crisis financiera asiática de 1997, y de las medidas dadas en respuesta, en la sostenibilidad de Tailandia.

3.3.3.1 Crisis y complejos turísticos en Japón

Después de tres décadas de prosperidad, la economía de Japón entró en recesión al comienzo de los años 1990 debido al estallido de una burbuja relacionada con el enorme aumento de precios de activos financieros e inmobiliarios en el país (Funck, 1999; Lim, Min, y McAleer, 2008). En 1987, en el ámbito de su IV Plan Nacional de Desarrollo, el gobierno japonés aprobó una ley conocida como Ley de Complejos Turísticos (*Resort Law*) que tenía como objetivo formal promover el desarrollo de complejos turísticos en áreas periféricas de Japón y estimular su demanda turística doméstica. El estudio de Funck (1999) sobre la aplicación de esta ley y la interferencia de la crisis económica del país en su ejecución son la base para la descripción que aquí se hace.

En la década de 1980, las áreas periféricas de Japón sufrían problemas de despoblación y pérdida de capacidad económica. De otro lado, los consumidores urbanos japoneses se mostraban interesados en realizar nuevas actividades de ocio dentro del país, en un período de disfrute de importantes avances económicos y sociales. Con base en estos dos factores, se creía que la creación en áreas rurales de complejos de ocio y turismo, como parques de atracciones, pistas de esquí, y campos de golf, para disfrute de la población de las grandes ciudades sería una forma de estimular el desarrollo regional de las áreas periféricas y satisfacer la demanda recreativa de la población urbana. La Ley de Complejos Turísticos era la base legal para la consecución de ese objetivo.

Las prefecturas eran las responsables por desarrollar un plan inicial que indicaba el área que sería dedicada a los proyectos, que a su vez serían ejecutados y gestionados por organizaciones privadas. Los planes de las prefecturas serían sometidos y aprobados por el gobierno central. Pese a esta participación inicial de las administraciones, por detrás de esta política estaba el interés por disminuir la interferencia del Estado en la economía. Esto beneficiaría a la iniciativa privada, especialmente las grandes empresas del sector de la construcción, que tendrían la oportunidad de diversificar sus actividades hacia los sectores de ocio y turismo, pese a tener poca experiencia para tal, y obtener rápidos beneficios a partir de estas inversiones, utilizándose de los recursos acumulados antes del estallido de la burbuja financiera e inmobiliaria. Además de la concesión de áreas atractivas para el desarrollo de los proyectos, se ofrecían a las empresas otros tipos de apoyos. Había incentivos fiscales como reducción de impuestos y préstamos a bajos tipos de interés. El gobierno actuaría en el desarrollo de las comunicaciones de acceso a complejos turísticos y otras infraestructuras. Aún más, la regulación ambiental había sido relajada para permitir la ejecución de proyectos, incluso en parques nacionales, áreas forestales, tierras cultivables y puertos, lo que era una

gran ventaja en un país con poca área disponible para inversiones. Dentro de las áreas designadas por las prefecturas podrían ser ofrecidas instalaciones y servicios de deportes, recreación, educación, cultura y eventos, ocupando hasta 3000 hectáreas. Al ofrecer este atractivo conjunto de posibilidades a la iniciativa privada, la Ley de Complejos Turísticos estimuló el crecimiento repentino del interés por la oferta de actividades de ocio y turismo.

En solamente un año la Ley de Complejos Turísticos fue elaborada y aprobada, contando con la participación de diversos organismos del gobierno japonés. Funck (1999) sugiere que esta rapidez es un síntoma de los fuertes vínculos entre la administración y el sector de construcción en Japón.

La Ley de Complejos Turísticos no imponía un número máximo de complejos turísticos que serían contemplados, lo que llevó las prefecturas a elaborar y entregar apresuradamente sus planes al gobierno central. Desde el punto de vista de las prefecturas, su apoyo a la Ley de Complejos Turísticos atendía a las necesidades regionales de desarrollo y a cambios en la sociedad. Hasta 1991, cuando la situación económica daba claros señales de empeoramiento, 35 planes de prefecturas habían sido aprobados – cubriendo un 18% de las tierras del país –, y hasta 1998, de las 47 prefecturas japonesas, 40 habían presentado al menos un plan. Pese a la teórica exigibilidad de comprobación de viabilidad y de la indicación de quiénes iban a ser los inversores responsables, muchos proyectos no atendían a estos requisitos pero tuvieron su aprobación concedida. Inspirados en complejos similares de localidades extranjeras como Florida, California, Hawái, Languedoc-Rosellón y Aspen, los proyectos tenían contenidos bastante similares: se sugirieron campos de golf en 37 casos, estaciones de esquí en 23, puertos deportivos en 26 e instalaciones de aguas termales en 25.

Más de diez años después de la primera versión de la Ley de Complejos Turísticos, Funck (1999) afirmaba que pocos proyectos habían sido desarrollados y finalizados, y que para llegar a este estado la mayoría tuvo que contar con inversiones públicas.

Según el autor, la Ley de Complejos Turísticos se enfrentó a diversos problemas para su implantación. Un primero aspecto negativo fue la contradicción entre crearse una ley basada en principios de mercado, en lo que se refiere a otorgar la gestión a empresas, y al mismo tiempo permitir que todas las prefecturas presentasen sus proyectos, sin un proceso de selección o priorización.

Mientras las prefecturas tenían la oportunidad de aprovecharse de la Ley de Complejos Turísticos, autoridades locales de menor nivel jerárquico y los residentes no pudieron participar en el proceso de planificación, lo que a su vez inhibe que los proyectos tengan una mayor diferenciación con base en singularidades locales. Si los planes fuesen ejecutados

habría un exceso de oferta con características muy similares, debido a la falta de participación y a la posibilidad de que todas las prefecturas presentasen sus proyectos.

Otro problema era que la Ley de Complejos Turísticos y los planes de ella derivados no daban la suficiente atención a cuestiones ambientales, entre ellas el uso de pesticidas en los campos de golf, y principalmente la posibilidad de desarrollo de proyectos en espacios anteriormente protegidos.

Además, fueron designadas para el desarrollo de los complejos turísticos áreas que no tenían potencial para tal, dadas las características del mercado. Aún más, las empresas tenían mayor interés en desarrollar proyectos en áreas cercanas a la grande población urbana de Tokio o en dos prefecturas ya establecidas turísticamente (Hokkaido y Okinawa). No se notaba la preocupación por el desarrollo equilibrado en el territorio.

Finalmente, los planes hicieron aumentar los precios de los terrenos en las áreas designadas y sus alrededores, dificultándose el acceso de la población local a estos recursos.

Un estudio de 1992 comentado por Funck (1999) revela que solamente en dos tercios de los casos los inversores privados tenían un plan de desarrollo del proyecto, y habían realizado o planificado un estudio de viabilidad. Pero inclusive con estas dificultades los proyectos recibían su aprobación, facilitada por el hasta entonces continuo crecimiento del consumo de ocio y viajes en la población japonesa, y por la falta de conocimiento específico de este mercado por una parte de los inversores y de las administraciones. Es simbólico de los problemas enfrentados el hecho de que de las nuevas prefecturas que tenían planes aprobados entre 1988 y 1989, la construcción de un 84% de los proyectos aún no había sido iniciada en el año de 1992.

En conjunto con los problemas de los planes, la recesión económica que se inició en Japón en la década de 1990 fue el otro motivo para el relativo fracaso de los proyectos de la Ley de Complejos Turísticos. Desde el lado de la demanda, la crisis hizo disminuir el gasto de los japoneses con ocio y turismo. Además, los altos precios cobrados por los complejos turísticos que lograron ser finalizados en los primeros años redujeron el interés de la población japonesa, que en algunos casos encontraban precios más baratos en destinos extranjeros. Tampoco se consideró la corta estancia media de los japoneses en viajes domésticos, de cerca de dos pernoctaciones, al desarrollarse complejos turísticos para largas estancias.

Por otro lado, la crisis hizo desplomar las inversiones privadas en los complejos turísticos, pues la financiación, antes fácil para las empresas inversoras, había sido cortada tras el estallido de la burbuja financiera e inmobiliaria y la aparición de enormes deudas.

Incluso fueron registrados casos de bancarrotas y escándalos financieros relacionados con empresas que invertían en la construcción de los complejos turísticos. Además, cuando llegó la crisis, cayeron drásticamente los precios de la oferta inmobiliaria que había sido creada en conjunto con los complejos turísticos y el mercado se paralizó. El sector privado abandonó los proyectos, que pasaron al control de las prefecturas.

En el trabajo de Funck (1999) se presentan algunos ejemplos de complejos turísticos que estaban en operación en la época de realización del análisis. En común se nota la necesidad de participación de la administración para los proyectos se realizasen; la adaptación a las nuevas condiciones de mercado que limitaban la demanda básicamente al público de corta distancia situado en centros urbanos próximos y bien comunicados con los complejos; la revisión de las primeras versiones de los planes y la disminución de la magnitud de los proyectos; problemas ambientales relacionados con el uso y la contaminación del agua; y los resultados aún débiles en términos de volumen de visitantes e impactos en la economía regional.

Funck (1999) concluye su estudio afirmando que dejar el desarrollo regional en la responsabilidad del sector privado puede ser perjudicial, en este caso por estar bastante sujeto a cambios en las condiciones económicas. Además, utilizar el turismo como instrumento para el desarrollo regional puede ser problemático si se planifica la actividad sin participación local, sin valorizar la diversidad regional, sin los conocimientos específicos del sector y sin considerar las condiciones económicas influyentes. Por otro lado, la crisis económica ejerció un efecto positivo al interrumpir el desarrollo de proyectos con poca viabilidad de suceso y con potenciales problemas ambientales.

3.3.3.2 Crisis y sostenibilidad en Tailandia

Kontogeorgopoulos (1999) analiza los efectos de la crisis financiera asiática de 1997 – ya comentada anteriormente – y de las medidas de respuesta contra ella, en el desarrollo sostenible de Tailandia. El turismo fue incentivado en Tailandia a partir de finales de los años 1980 debido a su potencial contribución a la economía del país. Tailandia se convirtió en un destino conocido internacionalmente, aunque un 60% de sus visitantes eran provenientes de la propia región. Pocos años antes de la crisis asiática de 1997, el desarrollo del turismo en el país estaba generando diversos problemas ambientales, lo que llevó su gobierno a implantar medidas para mejorar el desempeño ambiental de las empresas turísticas y la conservación de los destinos, además de estimular el desarrollo de nuevos productos turísticos más sostenibles.

Sin embargo, la necesidad de responder a la crisis hizo prioritario el estímulo al turismo de masas, esperándose que este rápidamente pudiera fomentar el crecimiento económico del país y atraer divisas internacionales. Para tal se disminuyeron controles medioambientales y se retiraron incentivos a segmentos turísticos como el ecoturismo. Es decir, políticas de desarrollo sostenible a largo plazo fueron sustituidas por medidas de rápido impacto económico, debido a las condiciones económicas adversas.

En la crisis, la llegada de turistas a Tailandia fue favorecida por la devaluación de la moneda local y por los problemas políticos, sociales y ambientales a que se enfrentaban sus vecinos Indonesia y Malasia. Pero principalmente, fue la campaña de marketing conocida por *Amazing Thailand* la principal responsable por el aumento de la llegada de visitantes. Pese a las dificultades financieras del momento, la campaña incluía actividades de estímulo a demanda en diversos mercados internacionales no afectados por la crisis asiática en los años de 1998 y 1999, con meta de atraer a 17 millones de visitantes al país.

La crisis causó un cambio en la demanda turística internacional que llegaba a Tailandia: aumentaron las llegadas provenientes de mercados de larga distancia, especialmente de Europa occidental (un 23% en los primeros nueve meses de 1998), estimuladas por los menores precios y por la agresiva campaña de marketing. A su vez, la participación del mercado del Sureste Asiático fue reducida debido a las dificultades provocadas por la crisis.

El rápido aumento de la llegada de turistas al país – un 5% en la primera mitad de 1998 – puede ser considerado un impacto negativo, pues aumentó la presión sobre sus recursos naturales, ya débiles en muchos sitios, y en una época en que se disminuyeron los presupuestos para la conservación debido a los ajustes impuestos por el FMI. La presión en los recursos naturales generada por la llegada de más visitantes era una amenaza al futuro de la actividad turística, especialmente en destinos más populares, como Phuket.

No obstante, el aumento del número de visitantes sensibles a la temática medioambiental era un aspecto positivo. Los turistas de Tailandia que venían de mercados como Europa eran más concienciados por el medioambiente que los turistas asiáticos que Tailandia solía recibir, y demandaban recursos y actividades turísticas en mejores condiciones ambientales. Las empresas que se dirigían a este mercado, muchas de ellas de propietarios o gestores extranjeros, tenían mejores condiciones de sobrevivir a la crisis que aquellas que actuaban con el mercado regional, por su mayor conocimiento de los consumidores, acceso a los mercados y facilidades de comunicación. Además, estas empresas tenían un acceso más fácil a organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, lo que posibilitaría el aumento

de la presión por medidas de mayor responsabilidad ambiental en los destinos turísticos del país.

En resumen, el caso indica que la crisis financiera y las medidas de respuesta que Tailandia implantó para combatirla generaron impactos ambientales ambiguos en el turismo. Al mismo tiempo que el mayor volumen de visitantes amenazaba la situación ambiental de los destinos, el cambio en el perfil de la demanda motivaba el crecimiento de un turismo más responsable con el medioambiente, lo que favorecería el desarrollo sostenible de la actividad y del país.

3.4 Conclusiones del capítulo

El turismo necesita prestar mayor atención a las crisis. El sector, muy vulnerable a situaciones que lo impactan negativamente, asume gran importancia económica, social y ambiental en la sociedad de hoy, y las crisis que le afectan pueden generar impactos negativos en inúmeros contextos. Sin embargo, el tema necesita ser desarrollado tanto desde la perspectiva práctica o como de la teórica.

El aumento de la ocurrencia de crisis se debe a factores como la creciente complejidad de la sociedad, la globalización y la debilidad o ausencia de mecanismos que prevengan o impidan el surgimiento de estas crisis – como el descontrol sobre los mercados financieros que llevó a la crisis económica internacional de 2008. Algunas de las crisis relatadas en este capítulo fueron precedidas por fases de crecimiento económico elevado, con participación creciente del sector financiero en la economía, gran valorización de activos, y especulación. Los sectores turístico e inmobiliario, buscados como opciones para rentabilizar los recursos fácilmente disponibles en el mercado, acompañaron y acentuaron el ritmo de la economía, tanto en su fase de crecimiento como en la contracción. Las condiciones para el crecimiento acentuado de algunas actividades en el período precrisis, incluyéndose los dos sectores mencionados, se debe al menos parcialmente a los vínculos que sus representantes mantienen con las administraciones, generándose sospechas de corrupción y favorecimiento de empresas, incluso con relajamiento de restricciones legales que afectan cuestiones económicas, sociales y ambientales.

Indudablemente las crisis económicas afectan el sector turístico, aunque en mayor o menor medida según las condiciones internas y externas del momento, y particularmente según las consecuencias económicas en el destino, sus competidores y sus consumidores.

La fluctuación de los tipos de cambio, que suele ser una consecuencia de crisis económicas y financieras, es un rápido canal de transmisión de las crisis económicas a un

destino turístico. A un destino le interesa el comportamiento de los tipos de cambio en su propio país, en los mercados emisores, y en los destinos competidores.

En destinos que son economías de menor potencia, los tipos de cambio suelen ser depreciados a causa de una crisis. Esta situación, si no impedida por otras crisis concomitantes, favorece la llegada de turistas de países con monedas más estables, destacadamente aquellos de economías más avanzadas (los casos estudiados destacan los mercados de Estados Unidos, Europa, Australia, Nueva Zelanda, por ejemplo), que son importantes mercados emisores. De otro lado, la depreciación cambiaria desincentiva los viajes de los residentes de un país al exterior, estimulando el turismo doméstico y manteniéndose divisas extranjeras en el país, lo que suele ser un aspecto positivo para los países en épocas de crisis. Es decir, la depreciación de los tipos de cambio puede ser positiva para la llegada de turistas a un destino, para el impulso al turismo doméstico en sustitución al emisor, y consecuentemente un probable aumento del volumen de divisas extranjeras en el destino a causa del turismo, por el aumento de los ingresos y disminución de los pagos. Es por esta razón que Okumus y Karamustafa (2005) establecen la hipótesis de que de que una crisis económica que afecta un destino no impacta negativamente sus llegadas e ingresos turísticos, al contrario de lo que ocurriría si la crisis ocurriera en un mercado emisor.

Los impactos de crisis sobre el turismo se manifiestan básicamente en la disminución de la demanda turística y de las inversiones, y en los problemas a que se enfrentan los prestadores de servicios turísticos para mantener sus actividades y los empleos. Específicamente, los impactos más frecuentes son la retracción de los ingresos y de las llegadas turísticas (los primeros suelen caer más que las últimas), disminución de la recaudación fiscal por las administraciones, suspensión de inversiones públicas y privadas, aumento del desempleo, disminución de beneficios empresariales, aumento de costes a las empresas, restricciones a la financiación, aumento de la tensión en el trabajo, pérdida de personal calificado, cierre de empresas, empresarios más conservadores, y empeoramiento de los servicios prestados por las administraciones. Los impactos de una crisis económica sobre el turismo se extienden fácilmente a temas ambientales, sociales e interfieren en el desarrollo regional. Como ejemplos, cabe citar la eventual pérdida de relevancia de cuestiones estratégicas, del desarrollo sostenible a largo plazo y de la protección del patrimonio natural para temas más urgentes –la recuperación económica, principalmente –; la menor atención que los consumidores (y las empresas, en consecuencia) dan al medioambiente y a cuestiones de responsabilidad social; y las dificultades a la supervivencia de grupos sociales que dependen del turismo.

Pese a la mayor incidencia de los efectos negativos, las crisis pueden generar resultados positivos en los destinos y organizaciones turísticas. La posibilidad de generarse efectos positivos tras un suceso inicialmente negativo es frecuentemente recordada en la literatura. Algunos ejemplos en el turismo son la reformulación de modelos de desarrollo turístico; la mejora de políticas turísticas motivadas por el combate a la crisis; la mejora de la gestión, las reformas o construcciones de nuevas instalaciones e infraestructuras, la introducción de innovaciones, y la mejora la calidad de los servicios en empresas y destinos; más atención al marketing y a la búsqueda por nuevas oportunidades a través de la oferta de nuevos productos o actuando en nuevos mercados; la salida del mercado de agentes especuladores y de empresas que realizan malas prácticas o que son menos calificadas; la disminución de los precios de bienes utilizados por las poblaciones locales debido al menor número de turistas; la mejora de la organización y de la cooperación entre *stakeholders* en un destino; la menor presión sobre recursos naturales y la menor emisión de dióxido de carbono en virtud de la retracción de la actividad turística. En algunos casos puede haber un aumento de la demanda turística no afectada por una crisis económica, en virtud de la disminución de precios en moneda local a causa de la depreciación cambiaria o del descenso del nivel de precios.

Los impactos negativos son más frecuentes y en general más relevantes, pero los positivos suelen ser notables, si hay disposición para materializarlos.

Actuar en respuesta a una crisis es una tarea compleja. La imprevisibilidad de la mayor parte de las crisis es en sí un factor que dificulta la actuación, potencializada cuando no hay preparación para tal. Las decisiones sobre las medidas a adoptar suelen ser tomadas en situaciones de presión, con menor tiempo disponible, información escasa, y con la atención distraída por la ocurrencia de los daños. Cuando las crisis son de origen externa, como es el caso de la crisis económica internacional en relación con el sector de turismo – aunque el sector pueda tener su parcela de responsabilidad –, la intervención es todavía más difícil, debido al distanciamiento de la origen de los hechos y al bajo poder de influencia del turismo sobre las políticas de combate a crisis, especialmente en países en que la actividad tiene menor importancia socioeconómica.

Las medidas de respuesta pueden disminuir el impacto negativo de las crisis, reduciendo los daños y acelerando la recuperación. Además de medidas fiscales y monetarias de los gobiernos para estimular la actividad económica en general, en la mayoría de los casos las administraciones con responsabilidad sobre el turismo anuncian (no necesariamente implantan) medidas para disminuir los efectos de la crisis sobre el sector y acelerar su

recuperación. Las medidas sectoriales suelen considerar: incentivos fiscales a inversiones; deducciones fiscales y aumento del crédito a empresas; nuevas estrategias de marketing, con atención especial a mercados y segmentos turísticos menos afectados (inclusive el mercado doméstico); oferta de productos turísticos nuevos, actualizados o con precios más bajos; aumento de la cooperación entre los sectores público y privado y entre destinos; y supresión de restricciones legales, como en los visados, por ejemplo.

Estas medidas suelen ser preparadas *ad hoc*, según las particularidades de cada caso, contrariando lo que la gestión de crisis enfatiza, que es la preparación previa. La gestión de crisis podría contribuir a una actuación más adecuada ante situaciones inesperadas capaces de generar graves problemas al turismo, pero no parece ser una práctica común en el sector, tanto desde las administraciones como de los prestadores de servicios turísticos. La preparación para crisis permitiría al sector turístico estar mejor preparado para afrontarlas, salir más rápidamente de estas situaciones, sufrir daños menos intensos (o quizás no sufrirlos) y eventualmente aprovechar oportunidades que se generen. La inexistencia de indicios de que las crisis dejarán de suceder refuerza la necesidad de preparación para afrontarlas, manteniéndose abierto el espacio para una mayor incorporación de la gestión de crisis en el turismo.

Cuando las crisis ya son una realidad, se destaca el papel de las administraciones públicas en liderar el sector e implantar (o al menos coordinar) las medidas de respuesta. Sin embargo, los organismos con responsabilidad sobre el turismo en general no serían las entidades más apropiadas para esta tarea, debido a factores como la indisponibilidad de recursos humanos y financieros (a veces causados por la propia crisis), al distanciamiento de la realidad del mercado y a la influencia política. Quizás sea por estos motivos que las administraciones suelen tardar en actuar, y que sus primeras medidas en general se caractericen por la confusión, descoordinación e insuficiencia. Pese a estas dificultades, el papel de las administraciones es fundamental para paliar los efectos de las crisis sobre el turismo. No obstante, hay que tenerse en cuenta que dicha actuación puede generar efectos negativos, lo que refuerza la necesidad de la planificación previa y del aprendizaje a partir de casos anteriores. En definitiva, es relevante el papel que asume el poder público en la creación de dichas crisis, al permitir o ser directamente responsable por diversas prácticas que conducen a su formación, y en su respuesta, por posteriormente tener que actuar para sortear las crisis.

4. EL TURISMO EN LA CRISIS ECONÓMICA INTERNACIONAL DE 2008

4.1 La crisis económica internacional de 2008

En este capítulo se hace la relación de la crisis económica internacional de 2008 con el turismo. Sus objetivos son repasar de forma breve los orígenes de la crisis económica internacional, sus impactos macroeconómicos y las reacciones de los gobiernos, así como especificar los impactos y medidas de respuesta concernientes al turismo. El texto está organizado de acuerdo con estos objetivos: primeramente se aborda la crisis económica, sus impactos macroeconómicos y las medidas de respuesta dadas por gobiernos a nivel mundial, a lo que se sigue la pormenorización de estos aspectos con relación a Brasil. En seguida se exponen los impactos de la crisis en el turismo, y las principales medidas públicas de respuesta, primero a nivel mundial y después específicamente para el caso brasileño. Una breve conclusión cierra el capítulo.

4.1.1 Breve explicación sobre los orígenes y detonantes de la crisis

Por no ser el objetivo de este trabajo profundizar en las explicaciones y discusiones sobre los motivos que generaron la crisis económica internacional de 2008, lo que aquí se presenta es una reseña elaborada a partir de relatos de autores que han estudiado el tema con mayor profundidad.

El principal elemento generador de la crisis económica internacional de finales de los años 2000 – bautizada por muchos como la Gran Recesión – fue una crisis financiera originada en Estados Unidos que se extendió a todo el mundo. A su vez, esta crisis financiera se originó en una burbuja inmobiliaria surgida en Estados Unidos – con similares en otros países – y en los productos financieros basados en la financiación de la actividad inmobiliaria. Todo esto ocurrió en un ambiente de escasa regulación y supervisión pública del sistema financiero, posibilitando la asunción elevada de riesgos y la especulación que resultó en graves problemas a la economía mundial.

El inicio del proceso se remonta a la década de 1980, con Ronald Reagan como presidente de Estados Unidos y Margaret Thatcher como primera ministra en Reino Unido. En aquellos años los principales países desarrollados promovieron una amplia reducción de la intervención estatal en la economía, plasmada en el sistema financiero a través de su liberalización y desregulación, mientras que en la política económica se bajaron los tipos de interés con vistas a promover el acceso al crédito, que a su vez impulsaría el crecimiento económico (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Silber, 2010; Stiglitz, 2010; Torres, 2009).

Al mismo tiempo que facilitaron el crecimiento económico, los tipos de interés a valores mínimos permitieron el surgimiento de crisis debido al aumento excesivo y continuado de precios de activos de diversos tipos, formando las llamadas “burbujas” en sectores como el bursátil y el inmobiliario (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Torres, 2009). En Estados Unidos, por ejemplo, a lo largo de los 20 años de mandato de Allan Greenspan – entre 1987 y 2006 – en la Reserva Federal hubo seis crisis financieras (de la Dehesa, 2009), pero su estrategia de inyectar liquidez en los mercados cuando la economía lo necesitaba – un factor que los mercados financieros tenían en cuenta cuando hacían operaciones más arriesgadas – había funcionado para sortearlas (de la Dehesa, 2009).

La crisis anterior a la de 2008 había sido la crisis de las llamadas empresas “punto.com” al comienzo del siglo XXI, relacionada con las nuevas tecnologías de la información, que fueron recibidas por la sociedad y la economía con un optimismo exagerado, estimulando procesos especulativos (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009). Debido al estallido de aquella burbuja, a la que se suman los ataques terroristas de 2001 que ocurrieron poco tiempo después, la economía de Estados Unidos pasó a enfrentarse a problemas para crecer. La reacción de la política económica fue bajar los tipos de interés a niveles mínimos, llegando a valores reales inferiores al 1% (de la Dehesa, 2009; Hidalgo, 2009; Krugman, 2009; Torres, 2009), y con valores similares en Europa y Japón (de la Dehesa, 2009). El crédito barato provocó el nacimiento de otra burbuja, la inmobiliaria, que está en el centro del surgimiento de la crisis financiera que se convirtió en la crisis económica internacional de 2008 (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009).

La disponibilidad de crédito posibilitada por los bajos tipos de interés estimuló el aumento del consumo (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Torres, 2009). Se facilitó especialmente el consumo de bienes duraderos, pues las familias tenían mejores posibilidades para financiar, por ejemplo, la compra de viviendas a largo plazo. Los pedidos de préstamos para compra de viviendas aumentaron, y con ellos subían en ritmo acelerado los precios de las viviendas, originándose la burbuja inmobiliaria. Había un clima de optimismo que hacía considerarse el crecimiento económico futuro seguro y sin interrupciones, y en un nivel posiblemente mayor que lo real (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009). Las viviendas eran compradas no solamente para su uso residencial, sino como segunda residencia e inversión (Torres, 2009). Muchas familias se compraron una vivienda con la expectativa de vendérsela algún tiempo después a precios mucho más altos de los que habían pagado.

El crecimiento del mercado inmobiliario en Estados Unidos y la búsqueda del sector financiero por nuevas oportunidades para aprovechar la liquidez existente en el mercado

estimuló la oferta de créditos hipotecarios incluso a la población de renta más baja, a través de las llamadas hipotecas *subprime*. En Estados Unidos, las hipotecas *subprime* eran el tipo de hipoteca de menor nivel de calidad, superadas por la *nearprime* (o Alt-A), *jumbo* y *prime* (de la Dehesa, 2009; Torres, 2009). Estas hipotecas eran concedidas a familias con menor capacidad de costear sus deudas, lo que generaba un mayor riesgo de impago, pero que en la situación económica positiva no representaba un problema grave para las entidades financieras. Familias que antes tenían sus pedidos de crédito hipotecario denegados pasaron a tener sus nuevos pedidos aceptados debido a la disminución de los requisitos cuanto a su solvencia (de la Dehesa, 2009). La hipoteca tipo *subprime* permitieron a una gran cantidad de familias la posibilidad de adquirir una vivienda propia, al mismo tiempo que evitó conflictos sociales en una época de fuerte aumento de la concentración de la riqueza (de la Dehesa, 2009). La concesión de estas hipotecas fue impulsada también por el ánimo de los prestamistas al concederlas, sin considerar adecuadamente las características de los compradores y su nivel de riesgo, pues a ellos les importaban solamente las comisiones que obtenían por cada contrato hipotecario firmado (de la Dehesa, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009). De esta forma, la concesión de hipotecas *subprime* tuvo un crecimiento expresivo en Estados Unidos antes de la crisis comenzar, representando una parcela importante del mercado hipotecario del país (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Torres, 2009).

Los problemas empezaron a surgir en 2005, a pesar de que solamente a partir de la mitad de 2006 fueron notados por la mayoría de la población (Krugman, 2009). Los precios de la vivienda en Estados Unidos crecían desde la Segunda Guerra Mundial, y habían crecido aún más en los últimos años antes de la crisis (de la Dehesa, 2009). Los precios llegaron a un nivel tan alto – un 50% más altos en la mitad de 2007 que un año antes (Krugman, 2009) – que dificultaron nuevas compras de viviendas, pese a las condiciones favorables de las hipotecas que se ofrecían. Las ventas empezaron a caer y en consecuencia también los precios (Krugman, 2009; Stiglitz, 2010). Los tipos de interés cobrados a los consumidores aumentaron en 2006 y 2007 para controlar las presiones inflacionarias, generándose graves problemas a las familias que tenían las mensualidades de sus hipotecas vinculadas a la variación de estos tipos de interés, y llevando al estallido de la burbuja inmobiliaria (Krugman, 2009; Lapavitsas, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009).

Familias que decidieron vender sus viviendas a causa de otros compromisos financieros más urgentes (despensas médicas, por ejemplo) no lograron hacerlo pues ya no había demanda y las condiciones crediticias eran peores (Krugman, 2009). El ahorro en la economía americana, que podría ayudar gobiernos, empresas y familias a sortear la situación

que surgía, había descendido en el período anterior a niveles históricos mínimos debido a los bajos tipos de interés y al aumento del consumo (de la Dehesa, 2009; Silber, 2010; Stiglitz, 2010; Torres, 2009). Los problemas afectaban a familias de diversos niveles de renta, pero aquellas que habían tomado hipotecas *subprime* eran los más perjudicados (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Lapavitsas, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009). Esto ocurría porque, para compensar de alguna forma los riesgos asociados a los prestatarios, estas hipotecas tenían condiciones peores que otras de menor riesgo, incluyéndose tipos de interés, penalizaciones y costes más altos (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009). Muchas familias eran sorprendidas por cláusulas contractuales que desconocían por no comprender las condiciones de las hipotecas; otras no tenían la intención de cumplir los contratos, pues tras los dos años de carencia en que podrían disfrutar gratis de la vivienda, se las venderían a un precio más alto y adquirirían una nueva vivienda con base en nuevo crédito hipotecario (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Torres, 2009). Con los precios de las viviendas en descenso cada vez más acelerado, las familias ya no podían refinanciar las hipotecas con base en sus inmuebles y tampoco podían obtener la cuantía suficiente para liquidar las hipotecas con la venta de las viviendas (Krugman, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009). La reestructuración de las deudas era inviable para sus gestores debido a los costes que generaría y a la complejidad de los productos financieros que habían sido elaborados con base en las hipotecas. La morosidad de las familias aumentó y los prestamistas pasaron a ejecutar los inmuebles, lo que también generaba costes debido a los largos procesos de ejecución y al deterioro de las viviendas (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009). En Estados Unidos cuando no se paga una hipoteca el prestamista solamente tiene derecho a ejecutarla, no hay ningún compromiso del patrimonio personal o familiar del prestatario (de la Dehesa, 2009; Torres, 2009). Las viviendas valían entonces mucho menos de lo que valían cuando habían sido compradas, y las familias tenían hipotecas a pagar mucho más caras que sus inmuebles. Las entidades que habían financiado las viviendas tenían problemas con el impago y con los inmuebles ejecutados que valían menos que antes (Krugman, 2009). Cuando los prestamistas y los inversores que participaban en la financiación de las hipotecas *subprime* notaron que iban a sufrir grandes pérdidas con los activos que poseían, dejaron de financiar esta modalidad de crédito, lo que expulsó del mercado una importante cantidad de posibles compradores, agravándose la situación del sector inmobiliario (Krugman, 2009).

Sin embargo, no fue solamente el problema inmobiliario por sí mismo que generó la crisis financiera. La financiación que motivaba el crecimiento de la burbuja inmobiliaria era proveniente de la comercialización muy extendida de productos financieros de alta

complejidad elaborados a partir de diferentes modalidades de crédito, entre ellas y con significativa importancia las hipotecas *subprime*. Esto fue posible gracias a la liberalización y desregulación del sistema financiero, en conjunto con enormes avances técnicos, que permitieron el aumento de la comercialización a nivel global de productos financieros de distintas características y niveles de riesgos (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009). La regulación laxa sobre los bancos y las innovaciones hicieron el sector financiero casi duplicar su tamaño en los países desarrollados en las últimas tres décadas, aumentando su vulnerabilidad – y de toda la economía – a choques, crisis bancarias y burbujas en los precios de los activos (Silber, 2010). Además, los bancos comerciales, tras la suspensión en 1999 de la ley Glass-Steagall por el gobierno de Estados Unidos, que les impedía actuar de la misma manera que los bancos de inversión, pasaron a adoptar las mismas arriesgadas prácticas de estos últimos, aumentándose fuertemente el peligro en el sistema financiero (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Stiglitz, 2010; Lapavitsas, 2009).

Los productos elaborados con base en las hipotecas *subprime* surgieron en un momento en que se buscaba mayor rentabilidad a las inversiones debido a los bajos tipos de interés, al exceso de ahorro de economías emergentes y exportadoras de petróleo, y al aumento de la competencia entre las entidades financieras (de la Dehesa, 2009; Torres, 2009). En un clima de competencia cada vez mayor, bancos y gestores financieros no tradicionales, mucho de ellos con sede en paraísos fiscales (Torres, 2009), realizaban operaciones cada vez más arriesgadas en la búsqueda por una mayor rentabilidad de los capitales invertidos, que a su vez permitiría atraer más inversores a su cartera de clientes y aumentar su cuota de mercado (de la Dehesa, 2009). Los derechos sobre los pagos de las hipotecas *subprime* eran transferidos por los primeros prestamistas a entidades financieras que a su vez se los transmitían a otras entidades financieras, en un proceso continuo de empaquetamientos y mezclas con otros productos de diferentes niveles de riesgo, y así distribuyéndolos sucesivamente en el mercado financiero. Estas operaciones permitían a los agentes financieros obtener a corto plazo rentabilidades superiores a las que generaban otros productos financieros más convencionales, uno de los motivos por los cuales se menospreciaban los riesgos provenientes de la posibilidad de impago de las hipotecas *subprime* (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Torres, 2009).

Para poder operar de esta forma, las entidades financieras utilizaban prácticas contables que permitían transferir los riesgos contables de sus operaciones a gestores de inversión especializados – muchas veces creados por los propios bancos – que recibían los productos de mayor riesgo, lo que proporcionaba a los primeros balances más sanos y

consecuentemente más posibilidades de conceder créditos, pero al mismo tiempo inyectaban riesgos en los intermediarios financieros que con ellos trabajaban (de la Dehesa, 2009). La asunción de riesgos era estimulada también por la remuneración variable de los gestores de las instituciones financieras, asociadas al éxito de sus operaciones y protegidos de eventuales problemas futuros (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009).

La supervisión de los gobiernos sobre las entidades financieras era muy laxa (de la Dehesa, 2009; Hidalgo, 2009; Krugman, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009), especialmente en países anglosajones, realizada con información insuficiente y teniéndose por detrás los intereses de los gobiernos de que los bancos crecieran, fueran más competitivos y ganaran cuota de mercado. Es decir, los gobiernos en gran medida eran conniventes con lo que estaba sucediendo. Los gestores financieros también tenían en cuenta que los bancos centrales iban a acudirles a ellos y a la economía en general si algún problema más grave ocurriera debido a las operaciones financieras que se estaban realizando, como había ocurrido en otras crisis (de la Dehesa, 2009; Stiglitz, 2010). Este conjunto de incentivos que tenían las entidades financieras y sus gestores para asumir grandes riesgos en sus operaciones, sin preocuparse por las consecuencias futuras, se encuadra en lo que se suele llamar de “riesgo moral”, uno de los elementos clave de la crisis (de la Dehesa, 2009; Stiglitz, 2010).

Un agente de fundamental importancia en el proceso fueron las agencias de *rating* (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009). Dichas agencias clasifican los productos financieros indicando al mercado sus condiciones de riesgo y rentabilidad. La gran mayoría de los inversores confiaban en las clasificaciones otorgadas por estas entidades, pues no eran capaces de evaluar internamente los riesgos de ciertos productos. Sin embargo, muchos de los productos financieros elaborados con base en las hipotecas *subprime* y similares, pese a su alto riesgo, recibieron de las agencias de *rating* altas clasificaciones, idénticas a productos de menor riesgo y menor rentabilidad, lo que a lo mejor es ilógico (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009). Además de los problemas técnicos que incurrieron, las agencias de *rating* tenían incentivos a mejorar intencionalmente la clasificación de estos productos financieros de alto riesgo pues una parcela importante de sus ingresos provenía del servicio de consultoría prestado a empresas relacionadas propiamente con la creación y comercialización de estos mismos productos (de la Dehesa, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009).

En agosto de 2007, surgieron las primeras señales públicas de problemas graves en bancos y gestores de inversión que se habían involucrado masivamente en la comercialización de productos financieros de alto riesgo asociados a la burbuja inmobiliaria, y se cortó la

financiación asociada a estas operaciones. Las agencias de *rating* disminuyeron la calificación de estos productos financieros, lo que estimuló su venta por los inversores y gestores financieros (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009).

Cuando estalló la burbuja inmobiliaria, las entidades financieras que habían invertido en los productivos financieros que la alimentaron sufrieron con la masiva retirada de fondos por inversores y accionistas (de la Dehesa, 2009; Torres, 2009). Los bancos comerciales tradicionales eran antes más sanos, lo que les daba mejores posibilidades de actuación cuando surgían problemas. Sin embargo, al comportarse como bancos de inversión, asumiendo los mismos riesgos elevados, no tenían las condiciones de soportar el choque provocado por la pérdida de valor de sus activos (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009). El alto nivel de apalancamiento de las entidades financieras (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009), constantemente incrementado en el intento de mantener beneficios y no perder cuota de mercado, se hizo evidente cuando los bancos se encontraron en situación de insolvencia debido a la pérdida de valor de sus activos, con muchas deudas y sin capital para asumirlas. La necesidad de liquidez para honrar sus propios compromisos llevó las entidades financieras a vender con cierta desesperación los peores activos que tenían, lo que motivó el descenso de sus precios. En el intento de obtener liquidez, vendieron también los activos de mayor calidad, que igualmente perdieron valor (de la Dehesa, 2009). El descenso de los precios de sus activos dejó las empresas sin los recursos para pagar sus obligaciones, lo que llevó algunas al cierre de actividades (de la Dehesa, 2009).

Los problemas se distribuyeron a través de la enorme red de entidades que participaban en estas operaciones, facilitadas por la globalización financiera y por los avances tecnológicos. No se sabía al cierto qué instituciones financieras habían comprado los productos financieros relacionados con las hipotecas *subprime* y otros de mayor riesgo, pero bancos de todo el mundo, especialmente de Europa, Japón y otros países desarrollados, estaban negociando estos productos (de la Dehesa, 2009; Stiglitz, 2010). El sistema financiero de países en desarrollo fue contaminado a través de las compras por inversores de estos países de títulos y productos financieros de los países desarrollados, especialmente de Estados Unidos – lo que ayudaba a financiar los enormes déficits fiscal y externo de este país (de la Dehesa, 2009; Lapavitsas, 2009; Silber, 2010; Stiglitz, 2010). Más aún, los países en desarrollo fueron perjudicados también debido a la interrupción de los flujos de capital internacionales que llegaban desde los países en desarrollo. Los gobiernos de los países desarrollados tenían un nivel de protección a crisis mayor que en situaciones anteriores, pero

el sector privado había contraído enormes deudas en monedas extranjeras, que aumentaron mucho cuando sus monedas se depreciaron frente a monedas más fuertes (Krugman, 2009).

Los principales bancos registraron enormes pérdidas (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009). Algunos fueron comprados antes de la quiebra, como Bear Stearns, y otros sí quebraron, como Lehman Brothers, que no encontró compradores y tampoco tuvo ayuda del gobierno de Estados Unidos. Fue a partir del anuncio de esta quiebra, en 15 de septiembre de 2008, que el mundo definitivamente pasó a prestar atención a la crisis. Otros bancos tuvieron que ser socorridos por los gobiernos y por los bancos centrales, pero las ayudas no eran suficientes para sanar los problemas de liquidez, que se convirtieron en un problema de solvencia. Después de la caída de Lehman Brothers empezó un movimiento global de venta de acciones de bancos de inversión y comerciales de todos los países desarrollados, incluso contaminándose a aquellos países y bancos que tenían poco o ningún problema (de la Dehesa, 2009; Stiglitz, 2010). La aseguradora AIG, que se había involucrado en el negocio de los productos derivados de las hipotecas *subprime*, fue nacionalizada por el gobierno de Estados Unidos para evitar su quiebra (de la Dehesa, 2009; Stiglitz, 2010). Las agencias Fannie Mae y Freddie Mac, protegidas por el gobierno de Estados Unidos y que tenían un importante papel en la concesión de hipotecas *subprime*, también asumieron prácticas arriesgadas – aunque no tanto como otras entidades – y el gobierno estadounidense asumió su control (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009).

La desconfianza entre los bancos aumentó fuertemente, lo que hizo disminuir el crédito interbancario debido a la subida de los tipos de interés para operaciones entre entidades bancarias (de la Dehesa, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009). Algunos bancos que dependían de este tipo de crédito sufrieron las consecuencias, como el inglés Northern Rock, que también fue nacionalizado (Torres, 2009). El impacto en la economía real quedó evidente cuando, sin recursos y temerosos de lo que iba a ocurrir, los bancos cerraron el crédito a empresas y familias, desde nuevos préstamos hasta tarjetas de créditos (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Stiglitz, 2010). El aumento de los tipos de interés cobrados por los bancos perjudicó a las familias que tenían contratos vinculados a tasas variables. A su vez, la dificultad de obtener crédito aumentó la morosidad de empresas y familias. Cayó la confianza del consumidor, y en consecuencia el consumo privado, lo que a su vez afectó la actividad empresarial, sus inversiones y el empleo. La crisis financiera pasó a ser una crisis económica.

Pese a la inyección de liquidez en los bancos por parte de los gobiernos, el crédito no llegaba a los consumidores y empresas³ pues los bancos utilizaban el dinero para pagar sus accionistas, garantizar sus propios compromisos y también porque aguardaban nuevas oportunidades para invertir en la eventual hipótesis de que otras entidades empezaran a vender activos atractivos a precios bajos, lo que posibilitaría una mayor rentabilidad que con la oferta de préstamos (de la Dehesa, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009).

El descenso de las ganancias con el mercado inmobiliario incitó a los inversores a buscar nuevas oportunidades de negocio. Se la encontraron en la especulación con petróleo y productos alimenticios, un proceso que se inició en 2006, con pico en el primer semestre de 2008, resultado del aumento de la demanda mundial gracias al crecimiento de economías emergentes, de la expansión del uso de granos para producción de biocombustibles, de algunas malas cosechas, y de la propia especulación. El resultado fue el enorme aumento de precios, generando conflictos sociales y hambre en diversos países (Hidalgo, 2009; Torres, 2009).

La crisis financiera se transformó en una crisis económica de gran magnitud. Los gobiernos de los países más afectados por la crisis actuaron para contrarrestar los efectos de la contracción de sus economías (de la Dehesa, 2009; Hidalgo, 2009; Krugman, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009). La inyección de liquidez fue la principal herramienta de la política monetaria, operada especialmente a través de rebajas de los tipos de interés, de la facilitación del acceso de los bancos a recursos públicos y otras acciones, buscándose recuperar el sistema financiero para evitar el caos y volver a ofertar crédito a las empresas y familias. Además de las inyecciones de capital y las nacionalizaciones, los gobiernos llegaron a comprar activos deteriorados de los bancos para intentar salvarlos y darles liquidez, asumiéndose grandes riesgos para los contribuyentes (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009). En cuanto a la política fiscal, a partir del primer trimestre de 2009 muchos países tenían sus planes para incentivar la demanda agregada, basados especialmente en deducciones fiscales a contribuyentes y empresas, aumento del gasto y de las inversiones públicas de los gobiernos, y transferencias a familias, empresas y a administraciones regionales y locales. Los gobiernos también adoptaron medidas para aliviar el problema del desempleo, que incluían por ejemplo el apoyo a la reintegración de las personas al mercado laboral, mayor flexibilidad cuanto a horarios de trabajo, reducción de costes laborales y formación (Bank for International Settlements [BIS], 2009; Comisión Europea, 2009; de la Dehesa, 2009). Sin

³ Y casi dos años después del inicio de la crisis aún no llegaba como se esperaba.

embargo, no hay un consenso sobre la adecuación de las medidas aplicadas y sus posibles efectos, aunque contribuyen a aminorar los impactos negativos sobre la economía (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Torres, 2009; Smeral, 2010; Stiglitz, 2010). Tratando del caso estadounidense, Stiglitz (2010) reclama de la demasiada atención dada al rescate de los bancos por las administraciones Bush y Obama. El programa de estímulo económico de este último fue importante para evitar una situación peor, pero era muy pequeño para las necesidades del país (Krugman, 2010, 10 de Octubre; Stiglitz, 2010), dio demasiada énfasis a reducciones de impuestos, no ayudó suficientemente las administraciones estatales y municipales y las personas que no tenían o perdían sus derechos a los beneficios sociales, y su programa de inversiones debería ser más efectivo (Stiglitz, 2010).

El volumen de gastos públicos inyectados en los programas de estímulo económico, que se encuentran entre los mayores ya registrados, contribuyeron a aumentar el déficit público de los gobiernos, causando preocupaciones y debates sobre su adecuación. En 2010 diversos países europeos implantaron duros programas de reducción de gastos para disminuir sus elevados déficits fiscales. En Estados Unidos, el tamaño del déficit fiscal limitaba la implantación de nuevas acciones para estimular la economía del país (Stiglitz, 2010). De otro lado, autores como Krugman (2010, 6 de Junio) o Stiglitz (2010, 5 de Marzo) defendían que los programas de estímulo económico no deberían ser suprimidos hasta que la recuperación económica sea sólida, pues de lo contrario se arriesga debilitar aún más el retorno del crecimiento y empeorar la situación.

En el segundo semestre de 2010 la recuperación económica de las economías avanzadas era aún muy débil, con demanda insuficiente, niveles de desempleo elevados, y crédito restringido. Por otro lado, algunas economías emergentes como China y Brasil, menos afectadas por la crisis, registraban expansión acelerada, lo que impulsaba las previsiones de un crecimiento económico mundial de un 4,8% en 2010, pese a dudas existentes sobre su persistencia (FMI, 2010c).

Según Stiglitz (2010), históricamente la recuperación de recesiones asociadas a crisis financieras se muestra más difícil y tarda más tiempo. Esta afirmación parece ser válida para la crisis económica internacional de 2008. En este sentido, y pese el crecimiento de los países emergentes, se puede esperar que la economía mundial permanezca debilitada por más tiempo.

La reforma de la regulación financiera, tan defendida por los gobiernos en el comienzo de la crisis, en 2010 caminaba a pasos lentos, con algunos avances noticiados por los países

desarrollados, pero enfrentándose a la oposición de muchos de aquellos que contribuyeron a la propia formación de la crisis.

Los costes de recuperar el sistema financiero y la economía fueron transferidos a los contribuyentes, que sufren el peor de la recesión, y no a los principales responsables por la crisis financiera, que al realizar prácticas financieras de alto riesgo perjudicaron enormemente la economía global. Los gobiernos permitieron que el sistema financiero hiciera lo que hizo, y después actuaron para rescatarlos e intentar disminuir los impactos negativos generados por el mismo sistema financiero, a expensas de los contribuyentes.

4.1.2 Algunos impactos de la crisis económica

4.1.2.1 Impactos económicos

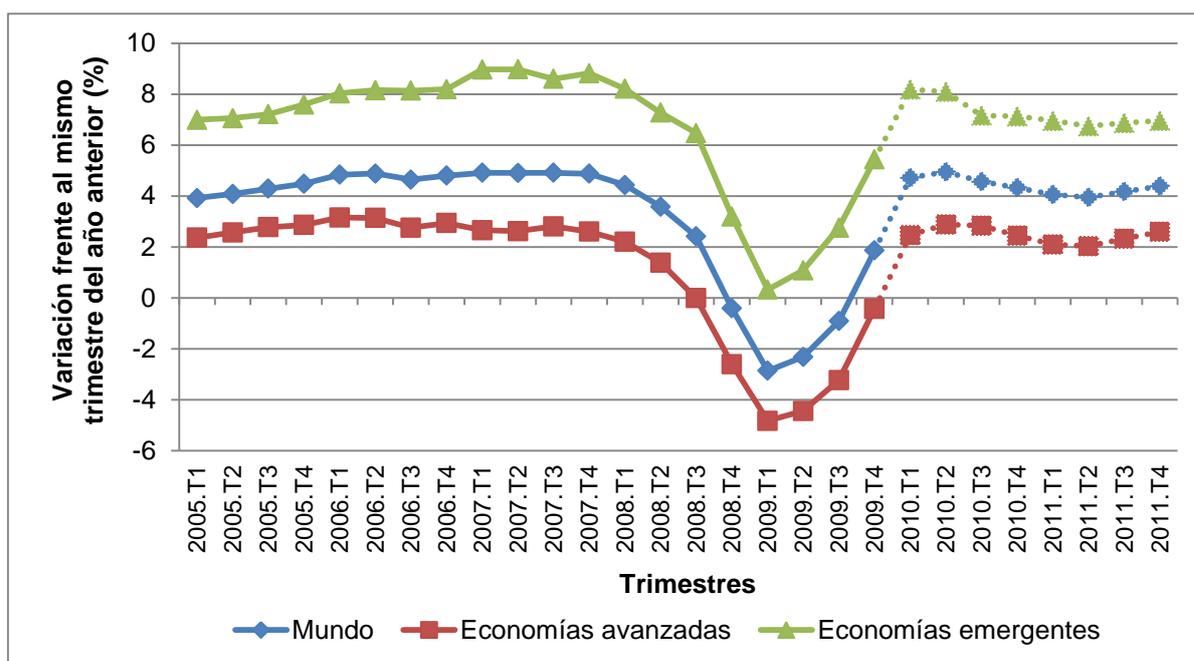
Los impactos de la crisis económica internacional son amplios, y no se restringen a aquellos países donde se originó la crisis. La Asamblea General de las Naciones Unidas, reunida a mediados de 2009 en una conferencia sobre los impactos de la crisis sobre el desarrollo, relató que la crisis provocaba o agudizaba los siguientes problemas:

- Incremento rápido del desempleo, la pobreza y el hambre;
- Desaceleración del crecimiento, contracción económica;
- Efectos negativos en las balanzas comerciales y en las balanzas de pagos;
- Disminución de los niveles de inversión extranjera directa;
- Fluctuaciones amplias e inestables de los tipos de cambio;
- Aumento de los déficits presupuestarios, caída de las recaudaciones fiscales y reducción del margen fiscal;
- Contracción del comercio mundial;
- Mayor volatilidad y caída de los precios de productos básicos;
- Disminución de las remesas a los países en desarrollo;
- Reducción brusca de los ingresos del turismo;
- Inversión masiva de las corrientes de capital privado;
- Menor acceso al crédito y a la financiación del comercio;
- Menor confianza del público en las instituciones financieras;
- Reducción de la capacidad de mantener redes de seguridad social y prestar otros servicios sociales, como los de salud y educación;
- Incremento de la mortalidad infantil y materna;
- Derrumbe de los mercados inmobiliarios. (Asamblea General de las Naciones Unidas, 2009, pp. 3-4).

Lógicamente, la reducción de la actividad económica en las principales economías mundiales es un grave problema, que desencadena muchos de los efectos mencionados por las Naciones Unidas. En la Figura 1 se puede observar que la tasa de crecimiento del producto mundial empezó a disminuir a partir de mediados de 2007. En Estados Unidos, por ejemplo,

la recesión se inició oficialmente en diciembre de 2007⁴ (NBER, 2010a). El peor período de la crisis cuanto al producto de las economías fue entre el último trimestre de 2008 y el tercer trimestre de 2009. El peor resultado fue registrado en el primer trimestre de 2009, cuando las economías avanzadas registraron descenso de un 4,8%, mientras que las economías emergentes crecieron solamente un 0,3% (FMI, 2010c). En términos anuales, en 2009 el producto mundial disminuyó un 0,6%, las economías avanzadas retrocedieron un 3,2%, mientras que las economías emergentes y en desarrollo crecieron un 2,5%, cifra bastante inferior a la que se registraba en los últimos años (un 8,7% en 2007 y un 6% en 2008). El Fondo Monetario Internacional prevé – en octubre de 2010 (FMI, 2010b) – recuperación para 2010 y 2011: las economías avanzadas deben crecer respectivamente un 2,7% y un 2,2%, y para las economías emergentes y en desarrollo se esperan tasas de crecimiento de un 7,1% y un 6,4%.

Figura 1. Variación del producto mundial, de economías avanzadas y de emergentes



Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del FMI (2010c). Estimaciones a partir de 2010.T1.

La contracción económica afectó directamente al empleo, pues en general las empresas necesitaron disminuir su producción o incluso cerrar definitivamente. El descenso del empleo es una de las principales preocupaciones causadas por la crisis, y en algunas regiones del mundo, como Europa, los problemas en la ocupación pueden extenderse a más largo plazo

⁴ Y terminó en junio de 2010. No significa que la crisis haya terminado en este mes, sino que la retracción ha llegado a su fondo, y que se ha iniciado la expansión de la economía estadounidense, según los conceptos propios de los ciclos económicos (NBER, 2010a), conforme se ha tratado en el capítulo 2.

(FMI, 2010b). A modo de comparación, los datos de la Tabla 3 muestran la evolución de la tasa de desempleo en tres grandes economías (Estados Unidos, Reino Unido y la Zona euro, grandes emisores de turistas a nivel mundial y a Brasil), en Brasil (por el interés directo en este trabajo) y en Argentina (por ser al mismo tiempo un importante emisor de turistas y destino competidor de Brasil). En 2008 el desempleo aumentó ligeramente en estas economías desarrolladas en comparación con el año anterior, para entonces crecer sustancialmente en 2009, en valores muy superiores a los registrados en el período 2005 a 2008, llegando a valores no muy distantes de los 10% en Estados Unidos y en la Zona euro. El FMI (2010b) prevé para 2010 un empeoramiento de esta situación. En Argentina y Brasil los datos anuales del desempleo registran la influencia de la crisis solamente a partir de 2009; aun así, se tratan de valores inferiores a lo que se registraba en el inicio del período aquí considerado (2005). En el caso de Brasil, el FMI prevé que en 2010 y 2011 el desempleo caiga a niveles inferiores al período precrisis.

La reducción del empleo contrae aún más la economía, por la disminución de la renta de las familias y por el empeoramiento de expectativas. En los países donde la protección social es eficiente se amortiguan parcialmente las dificultades sociales y económicas decurrentes del desempleo, pero en aquellos países en los cuales no hay un sistema de protección social adecuado, los impactos en las familias es aún más intenso.

Tabla 3
Tasa de desempleo en países seleccionados (%)

País	Año						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010e	2011e
Argentina	10,1	8,7	7,5	7,3	8,4	8,0	8,6
Brasil	9,8	10,0	9,3	7,9	8,1	7,2	7,5
Estados Unidos	5,1	4,6	4,6	5,8	9,3	9,7	9,6
Reino Unido	4,8	5,4	5,4	5,6	7,5	7,9	7,4
Zona euro	9,0	8,4	7,5	7,6	9,4	10,1	10,0

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del FMI (2010b). Los datos de 2010 y 2011 son previsiones elaboradas por el FMI.

Las empresas también reaccionan a la disminución de la demanda, a la contracción del crédito y a la incertidumbre con reducciones en sus niveles de producción. El indicador de la producción industrial, por ejemplo, indica descenso en 2008 en Estados Unidos, Reino Unido y la Zona euro, como se ve en la Tabla 4, pero en 2009 cayó bruscamente en estas economías – especialmente en la Zona euro – y en Brasil. Además de disminuir su producción, las

empresas también hacen recortes en sus inversiones, afectando también su capacidad de crecer en el futuro.

Tabla 4
Producción industrial en países seleccionados. Variación interanual (%).

País	Año				
	2005	2006	2007	2008	2009
Brasil	3,4	2,9	5,9	2,9	-7,2
Estados Unidos	3,2	2,2	2,7	-3,3	-9,3
Reino Unido	-1,3	0,0	0,1	-3,1	-10,2
Zona euro	1,4	4,2	3,7	-1,8	-14,9

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del FMI (2010a).

La variación de los precios de *commodities* también refleja el comportamiento de la economía mundial en el período. Además, en esta variación también inciden los movimientos especulativos que generaron la propia crisis y que siguen ocurriendo, como se ha mencionado anteriormente. A través de los datos presentados en la Tabla 5 se puede verificar que los precios de algunas *commodities* llegaron a niveles bastante altos en 2008; los combustibles energéticos se negociaban a un valor 84% por encima del nivel de 2005, mientras que los índices de *commodities* de alimentos y bebidas habían subido un 57% en el mismo período. Ambos índices de precios bajaron en 2009 a causa del empeoramiento de las condiciones económicas y financieras. Para el 2010 el FMI (2010b) prevé el aumento de precios, amparado por el aumento de la demanda mundial.

Tabla 5
Índices de precios de commodities.

<i>Commodity</i>	Año					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010e
Combustibles energéticos ^a	100	119	132	184	116	142
Alimentos y bebidas	100	110	127	157	136	146

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del FMI (2010b). Base en 2005. Los datos de 2010 son previsiones elaboradas por el FMI.

^a Incluye crudo, gas natural y carbón.

Los datos enseñados sobre Brasil y Argentina son ejemplos de que los impactos de la crisis no se limitaron a los países donde ella se originó. Países de distintos niveles de

desarrollo fueron afectados en mayor o menor nivel, pese a la mayor incidencia de los efectos sobre las economías avanzadas. La crisis se transmitió a los países sometidos⁵ a través del recorte de los flujos de capitales privados que llegaban desde los países desarrollados, particularmente en lo que se refiere a la inversión extranjera directa. El descenso del flujo de capitales condujo a fluctuaciones en los tipos de cambio de estos países, lo que a su vez generó inestabilidad en el comercio internacional y en el volumen de reservas que tienen a disposición. La reducción de la demanda mundial, en particular aquella proveniente de las economías avanzadas, hizo disminuir el comercio de mercancías y servicios, además de provocar fluctuaciones en los precios de *commodities*, como se ha indicado en la Tabla 5. El crédito y las inversiones en infraestructuras también sufrieron contracción. Además, la ayuda oficial al desarrollo sufrió recortes, perjudicando especialmente los países que más fuertemente dependen de este tipo de cooperación. Más aún, las remesas realizadas por inmigrantes desde países desarrollados, que son importantes fuentes de ingresos para muchos países, cayeron debido a la disminución de la renta y del empleo en las principales economías. Por fin, se contrajeron los recursos que los gobiernos tiene a su disposición para mantener sus actividades, prestar servicios a la población e invertir (Asamblea General de las Naciones Unidas, 2009; Griffith-Jones y Ocampo, 2009; te Velde et al., 2010).

4.1.2.2 Impactos sociales y ambientales

Especialmente en los países sometidos, los impactos sociales de la crisis son dramáticos para muchas familias. La Asamblea General de las Naciones Unidas (2009) menciona los costos humanos provocados por la crisis, como el aumento del número de personas pobres y vulnerables que se enfrentan a problemas de hambre, malnutrición y de salud, y a la reducción del acceso a los servicios de salud y de educación, que crean riesgos a la vida de las personas y al desarrollo de los países. La crisis económica, en conjunto con la crisis alimentaria iniciada poco antes, intensificó el aumento del número de personas subnutridas en el mundo – que ya crecía antes de la contracción económica –, estimado en 1020 millones de personas para 2009, mayor cifra desde los años 1970 (Hidalgo, 2009; Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [FAO], 2009). El Banco Mundial estima que al final de 2010 la crisis económica habrá puesto a 64 millones de personas más en situación de pobreza extrema (Banco Mundial, 2010). El PNUD, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, alerta sobre el peligro a largo plazo de los

⁵ Véase Hidalgo (2009) para una discusión sobre el concepto de países sometidos en comparación con términos como países en vías de desarrollo o subdesarrollados.

impactos de la crisis, pues problemas como la desnutrición y la retirada de niños de escuelas para que empiecen a trabajar van a afectar a la vida de estas personas y sus familias durante muchos años, y comprometen las posibilidades de desarrollo de sus países (PNUD, 2009). Organizaciones actuantes en causas sociales y ambientales, que en muchos casos ofrecen ayudas y alternativas económicas a personas desfavorecidas, también fueron afectadas por la crisis, conforme apunta Fischer (2010), que identificó la disminución de las inversiones empresariales brasileñas en acciones sociales y ambientales a causa de la crisis. Las organizaciones sociales que dependían de financiación internacional fueron especialmente perjudicadas.

Por otro lado, en el tema ambiental, al mismo tiempo que la crisis genera problemas, también puede ser una oportunidad para tratarse algunos problemas. El principal aspecto negativo es la pérdida de relevancia de la cuestión ambiental, superada por la recuperación económica, justo en un momento en el cual crecía la concienciación global con el medio ambiente.

Desde los gobiernos, y en general con apoyo explícito o implícito de la mayor parte de la sociedad, los programas de estímulo económico ganaron prioridad a la protección medioambiental. Se traspasaron fondos desde medidas ambientales y sociales hacia actividades que pueden promover la recuperación económica (Dell'Amore, 2008; Godoy, 2008; Kanter, 2008; Shiqiu, 2009; World Wide Fund For Nature [WWF], 2008).

La cuestión es aún más complicada en los países sometidos, dada su menor capacidad económica y la falta de protección social. Por ejemplo, personas que residen próximas a áreas protegidas pueden verse estimuladas a extraer ilegalmente recursos naturales de estas áreas, con el objetivo de compensar la disminución de su renta (Dell'Amore, 2008; Godoy, 2008).

Los programas de estímulo económico traen medidas ambiguas sobre el tema. Aunque en general defiendan que apoyan a actividades e inversiones “verdes” o sostenibles, muchas propuestas agravan problemas ambientales como la dependencia de energías no renovables y la contaminación (Höhne, Burck, Eisbrenner, van der Straeten, y Phylipsen, 2009; Shiqiu, 2009). Además, la financiación de programas y organizaciones dedicadas a la protección del medio ambiente puede ser afectada debido a la disminución de las donaciones provenientes de familias y empresas con menos recursos financieros a su disposición.

Al mismo tiempo, la crisis genera oportunidades para la protección medioambiental. La simple reducción de la demanda mundial de bienes y servicios favorece el menor consumo y contaminación de recursos naturales, siendo la reducción de las emisiones de dióxido de carbono (CO₂) uno de los aspectos más comentados. La crisis puede ser una oportunidad para

cambiarse el modelo productivo actual a favor de un mayor equilibrio entre medio ambiente, sociedad y economía (Asamblea General de las Naciones Unidas, 2009; Dell'Amore, 2008; Godoy, 2008; Greenpeace, 2008; Jiménez, 2009; Martínez Alier, 2009; Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente [PNUMA], 2008; Shiqiu, 2009). Muchos gobiernos intervinieron con vigor en sus economías – demostrando que pueden destinar importantes sumas de dinero a un objetivo cuando lo creen necesario (Greenpeace, 2008; Torres, 2009) –, realizando inversiones que de alguna forma pueden contribuir con este cambio de modelo. Por ejemplo, hay una oportunidad para la reorganización del sistema energético en términos de eficiencia, mayor participación de fuentes renovables, y descentralización de la producción (Lucon y Goldemberg, 2009).

Martínez Alier (2009) defiende que la crisis produjo efectos positivos pues forzó la reducción de emisiones de dióxido de carbono en los países que entraron en recesión, lo que facilita el cumplimiento de los objetivos del Protocolo de Kioto (modestos, según el autor) debido al descenso de actividades como transporte aéreo, construcción de viviendas, ventas de automóviles, y consumo de combustibles. Para el autor, los países ricos deberían hacer una “transición socio-ecológica hacia menores niveles de uso de materiales y energía” y promover el “decrecimiento económico socialmente sostenible” (Martínez Alier, 2009, p. 32).

Sin embargo, a finales de 2010 un estudio publicado en la revista *Nature Geoscience* informó que la reducción de las emisiones de CO₂ en 2009 había sido menor de lo esperado, cayendo un 1,3%, contra el 2,8% inicialmente previsto debido a la crisis (Rivera, 2010, 23 de Noviembre). Según los autores del estudio, el resultado inferior a lo esperado se debe al fuerte crecimiento de las emisiones de algunas economías emergentes, especialmente China e India, pese a los descensos significativos en las economías avanzadas. El crecimiento de 2010 de las emisiones de CO₂ debería ser de un 3%, próximo a los valores máximos alcanzados entre los años de 2000 y 2008.

La crisis deja señales de que el actual modelo de desarrollo basado en consumo, desigualdad social y concentración de la riqueza, así como la búsqueda incesante por un crecimiento económico que no respeta las limitaciones naturales, puede traer graves problemas a la humanidad (Dell'Amore, 2008). Sin embargo, parece que se está perdiendo la oportunidad de promover una recuperación global respetuosa con el medio ambiente, una vez que los programas de estímulo económico en su mayoría no están a la altura de este desafío (Höhne et al., 2009), las persistentes dificultades para reactivar el crecimiento de los países avanzados otorga aún más prioridad a las cuestiones económicas de corto plazo, y que el

crecimiento de las economías emergentes en el período compensa los supuestos beneficios medioambientales de la contracción en los países más ricos.

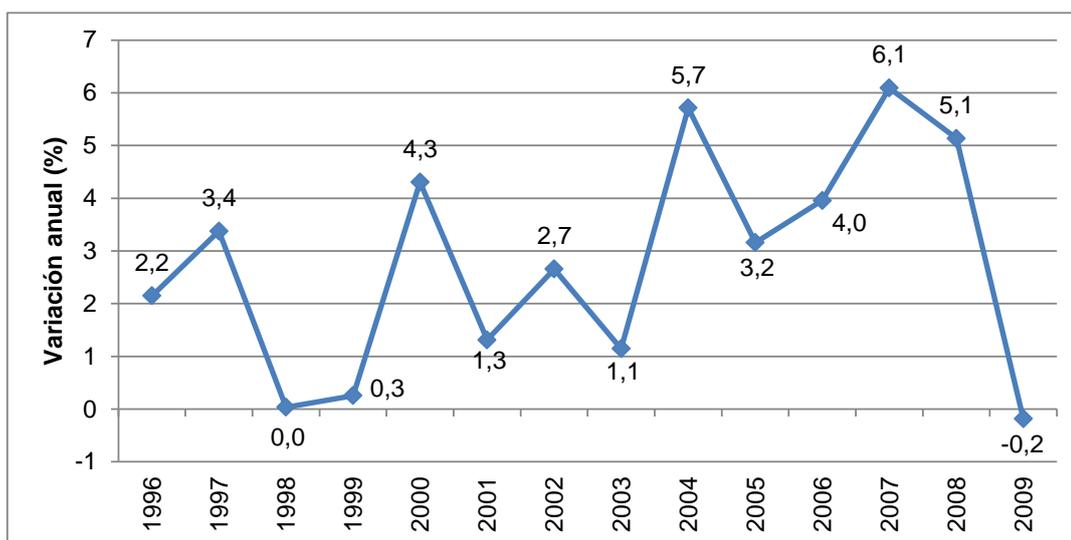
4.2 La crisis económica en Brasil: impactos y medidas de respuesta

4.2.1 Impactos de la crisis en Brasil

Las principales autoridades de la política económica brasileña apuntan que la crisis económica internacional llegó al país en un momento en que este contaba con sólidos fundamentos macroeconómicos, que serían: la inflación controlada, el descenso de la deuda del país, la existencia de reservas cambiarias elevadas, la regulación rigurosa del sistema financiero y su buena capitalización (Mantega, 2009, Septiembre; Meirelles, 2010, Mayo). Kacef (2010) también menciona la mejora de las condiciones macroeconómicas de Brasil y de otros países latinoamericanos en el período anterior a la crisis, gracias a la disminución de su endeudamiento externo, el fortalecimiento de su posición fiscal, la acumulación de reservas internacionales y la mejora de su inserción en los mercados financieros internacionales.

En los años anteriores a la crisis, y particularmente desde 2004, la economía brasileña presentaba una tendencia de aumento de su ritmo de crecimiento, tras un relativo estancamiento a finales de los años 1990 e inicio de los años 2000, como se indica en la Figura 2.

Figura 2. Variación anual del PIB de Brasil (1996-2009)



Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IBGE (2010a).

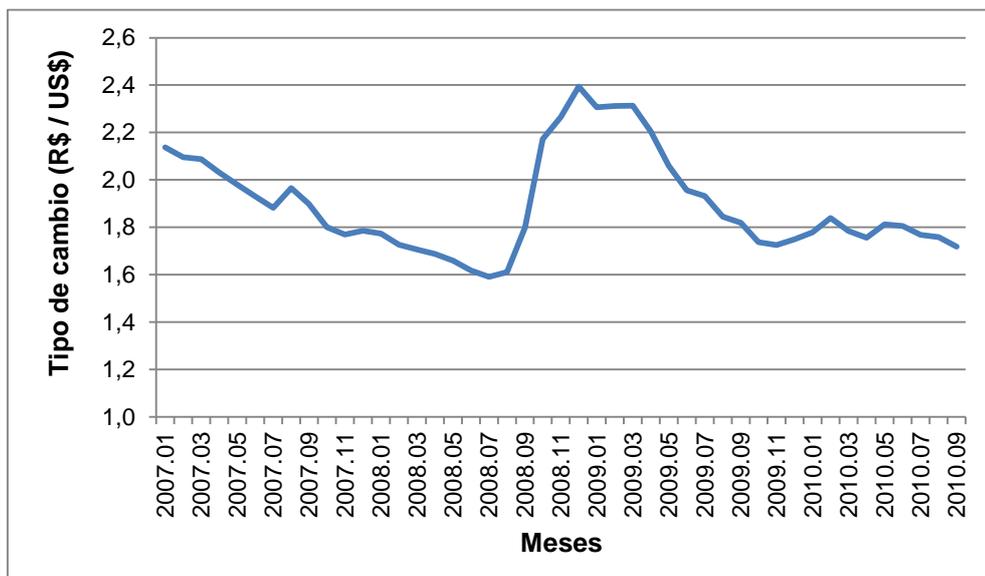
Mesquita y Torós (2010) sintetizan la situación de Brasil antes del período en que la crisis surgió con más fuerza. El crecimiento económico estaba en aceleración, así como la inflación, y había una valorización intensa de activos financieros debido parcialmente a la

atribución de grado de investimento a la deuda soberana del país. Los autores destacan algunos datos sobre la evolución de la economía brasileña entre mediados de 2007 y 2008: un 20% de apreciación del principal índice bursátil brasileño; aumento del mercado de capitales, que se transformó en una importante fuente de financiación corporativa; y aumento del crédito de un 32% para un 36% del PIB. Según los autores (Mesquita y Torós, 2010) el resultado fue el crecimiento interanual del PIB de un 6,8% en el tercer trimestre de 2008, en comparación con la variación de un 5,4% en el mismo período de 2007, con la demanda doméstica en ritmo similar de aceleración. El crecimiento económico tuvo como consecuencias el cambio de la situación en la balanza de pagos, que de superavitaria en un 1,1% del PIB en junio de 2007 llegó a un déficit de un 1,4% en el mismo mes de 2008, y el aumento de la inflación, de un 3,7% para un 6,1% en el mismo período, bien como de las expectativas inflacionarias, llegando a un nivel superior a la meta oficial establecida en el país. El Banco Central brasileño reaccionó a esta situación aumentando los tipos de interés de referencia con el objetivo de contener la demanda, y de esta forma disminuir la presión inflacionaria.

Llegada la crisis, la depreciación del real frente al dólar⁶ de Estados Unidos fue una de sus manifestaciones iniciales más intensas (Mesquita y Torós, 2010). Antes de la depreciación concretizarse, el principal índice bursátil del país había empezado un movimiento de baja, que significó un descenso desde los 74 mil puntos en junio de 2008 a menos de 30 mil en octubre del mismo año (Salama, 2009). La fluctuación del real fue el resultado de la salida de capitales del país debido a la necesidad de liquidez de empresas extranjeras, al aumento de la aversión al riesgo, a la exposición de empresas brasileñas a derivados cambiarios, y al descenso de los precios de las *commodities* (Mesquita y Torós, 2010; Salama, 2009). En septiembre y octubre de 2008 empezó una fuerte depreciación del real, llegando a R\$ 2,39 por dólar en diciembre, valor que no se registraba desde mediados de 2005, y un 50% superior a lo registrado seis meses antes (Figura 3). A partir del inicio de 2009 la situación empezó a estabilizarse, y gradualmente el real fue apreciado hasta situarse entre aproximadamente R\$ 1,70 y R\$ 1,85 entre el final de 2009 y a lo largo de 2010. El comportamiento del tipo de cambio influye en los flujos turísticos a Brasil, particularmente en el turismo emisor, como se tratará más adelante.

⁶ Brasil utiliza desde 1999 el régimen cambiario de flotación independiente, en el cual el tipo de cambio varía libremente según la oferta y la demanda en el mercado.

Figura 3. Tipo de cambio del real (R\$) frente al dólar estadounidense (US\$)

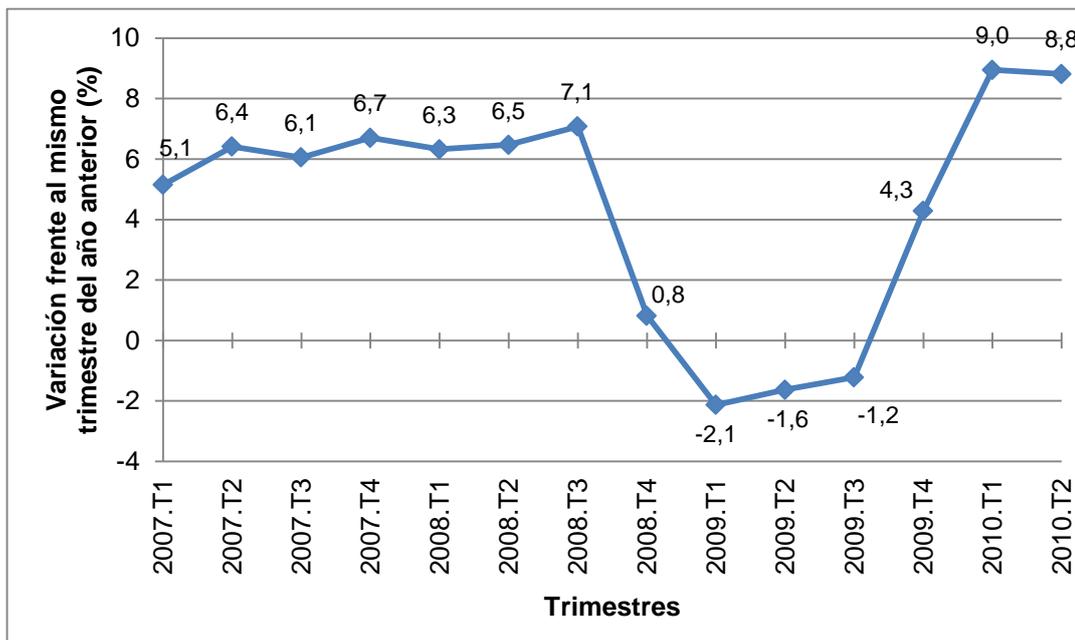


Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Banco Central do Brasil (2010d). Media mensual para compra.

El impacto de la crisis en el PIB de Brasil empezó a manifestarse a finales del año 2008, como indican los datos de la Figura 4. En el último trimestre de aquel año, el PIB tuvo crecimiento de solamente un 0,8%, después de crecer cerca siempre más de un 6% en los cuatro trimestres anteriores. Los tres primeros trimestre de 2009 registraron variaciones negativas entre el 1% y el 2%, siendo este el peor período de la crisis en Brasil. El primer trimestre de 2009 fue el de peor resultado (variación negativa de un 2,1%). A partir del cuarto trimestre de 2009 el PIB volvió a crecer, y en un ritmo elevado (4,3%). El resultado final de 2009 fue el descenso de un 0,2%, variación mucho menos intensa que las registradas por grandes economías como las de Estados Unidos (2,6%), Reino Unido (4,9%) y Zona euro (4,1%), afectadas más directamente por la crisis, pero peor que la de Argentina, que creció un 0,9% (FMI, 2010b). La retomada del crecimiento, iniciada en el último trimestre de 2009, se aceleró en 2010, con crecimiento próximo a los 9% en los dos primeros trimestres de este año. (IBGE, 2010a).

Los sectores de la economía brasileña que peor reaccionaron a la crisis fueron la agricultura y la industria, con descensos en 2009 de un 5,2% y un 5,5% respectivamente. Mientras tanto el sector de servicios registró crecimiento de un 2,6%. Los recaudación de impuestos también cayó (0,8%). En el primer semestre de 2010 estos cuatro componentes registraron crecimiento (IBGE, 2010a).

Figura 4. Variación trimestral del PIB de Brasil (2007-2010)



Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IBGE (2010a).

El menor impacto de la crisis en la economía brasileña en comparación con otros países se debe sobre todo al desempeño del consumo de los hogares y de la administración pública. Solamente estos dos componentes del PIB registraron crecimiento en 2009. A su vez, la formación bruta de capital fijo, las exportaciones y las importaciones registraron descenso (véase la Tabla 6). Las exportaciones cayeron ya en 2008 debido al resultado del último trimestre de aquel año (descenso de un 7,2%), y fue el último componente a recuperarse, registrando crecimiento solamente a partir del cuarto trimestre de 2009. Los resultados del primer semestre de 2010 revelan un crecimiento de todos los componentes, con destaque para las importaciones (cerca del 40%), la formación bruta de capital fijo (26%), la exportación (10,5%) y el consumo de los hogares (8%) (IBGE, 2010a).

Tabla 6
Evolución de los componentes del PIB de Brasil de 2007 a 2010 (%)

Componentes del PIB	2007	2008	2009	2010 ^a
Gasto en consumo final de los hogares	6,1	7,0	4,1	8,0
Gasto en consumo final de las AAPP	5,1	1,6	3,7	3,6
Formación bruta de capital fijo	13,9	13,4	-9,9	26,2
Exportaciones de bienes y servicios	6,2	-0,6	-10,3	10,5
Importaciones de bienes y servicios	19,9	18,0	-11,4	39,2
PIB a precios de mercado	6,1	5,1	-0,2	8,9

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IBGE (2010a).

^a Primer semestre de 2010.

En la opinión de Inhudes (2009) el mantenimiento del ritmo de crecimiento del consumo de las familias es el principal factor que explica por qué Brasil no ha sufrido los efectos negativos de la crisis tan severamente como otros países. La disminución de la demanda externa, de las inversiones y de la producción industrial fueron impactos negativos de la crisis, pero la demanda interna preservó la economía brasileña de los problemas internacionales. El aumento de la demanda interna, favorable a las ventas en el comercio minorista, fue propiciado por el aumento de la masa salarial, que a su vez se debe al aumento del empleo y del rendimiento real de las familias, este último también impulsado por aumentos del salario mínimo superiores a la inflación. Contribuyeron también las transferencias directas de renta del gobierno central a las familias, que en 2008 beneficiaban a 11,5 millones de familias. Las familias de menor nivel de renta fueron especialmente favorecidas por este conjunto de factores, y su mayor propensión marginal a consumir impulsó aún más la demanda interna. Asimismo, la reducción de los tipos de interés cobrados a personas físicas, y el desarrollo del mercado de crédito en el país, permitieron aumentar la oferta crediticia a los consumidores. Una vez que el consumo doméstico es responsable por cerca de un 60% del PIB brasileño, su crecimiento durante la crisis fue suficiente para contrarrestar el descenso de las exportaciones, inversiones y producción industrial.

El crecimiento del consumo de las familias en Brasil también es reflejo de un proceso de aumento de la participación de la clase media en el total de la población y reducción de la pobreza. Entre 2004 y 2008 la clase media pasó de ser un 42% de la población total a un 52%, mientras las clases de renta más baja disminuyeron cerca de un 13,5% en el período (Neri, 2008). La clase media se expandió y tuvo mejoras reales en su nivel de vida, impulsando la economía del país antes, durante y después de la peor fase – por lo menos hasta el momento – de la crisis económica internacional de 2008.

4.2.2 Medidas del gobierno brasileño contra la crisis

En virtud de las expectativas sobre los posibles efectos negativos de la crisis en el país, en el segundo semestre de 2008 el gobierno brasileño, así como lo hicieron muchos otros países, empezó a anunciar medidas de respuesta. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) recopiló las medidas de combate a la crisis anunciadas por los gobiernos de América Latina y Caribe hasta el día 30 de septiembre de 2009 (CEPAL, 2009). En la Tabla 7 se presenta una síntesis de las medidas anunciadas por el gobierno brasileño, agrupadas en las categorías utilizadas por la CEPAL. La entidad indica que en general las medidas anunciadas por los países de la región se dividen en dos grandes grupos: el primero

formado por aquellas medidas que tienen como objetivo restaurar la confianza y poner en funcionamiento los mercados financieros, y el segundo grupo compuesto por medidas destinadas a estimular la demanda agregada (CEPAL, 2009). Entre las medidas anunciadas por el gobierno central brasileño están la inyección de liquidez en el mercado; la facilitación del crédito privado y empresarial; la facilitación de la intervención pública en entidades bancarias o inmobiliarias con problemas; los beneficios fiscales y subsidios; el recorte de gastos del gobierno; el relajamiento de restricciones a la financiación de ayuntamientos; el apoyo a las exportaciones; la restricción a la importación de algunos tipos de productos y el estímulo a otros sin similar nacional; el apoyo y la financiación a sectores clave como industria, agricultura y construcción; el mantenimiento o el aumento de gastos con salario mínimo, programas de transferencias sociales e inversiones públicas. Según el Ministerio de Hacienda brasileño (Mantega, 2009, Septiembre) las medidas aplicadas por el gobierno central tendrían un impacto de un 2,5 puntos porcentuales sobre el crecimiento del PIB brasileño en 2009, con un coste fiscal menor que los incurridos por otros países en sus programas de estímulo.

Tabla 7

Medidas de combate a la crisis anunciadas por el gobierno de Brasil

POLÍTICA MONETARIA Y FINANCIERA

Modificación del encaje bancario

- Reducción del encaje bancario.
- Disminución en los bancos oficiales de los diferenciales entre recursos captados y aplicados para hacer que lo demás bancos hagan lo mismo.

Provisión de liquidez en moneda nacional

- Aumento del crédito del Banco Central a los bancos.
- Aumento del capital del BNDES (Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social, un banco del gobierno brasileño dedicado a las inversiones y al crédito) disponible para préstamos a empresas, además de más facilidades y menores costes para las contrataciones de préstamos.
- Aumento de la línea de crédito del BNDES a los Estados brasileños.
- Autorización para adquisición de carteras de bancos pequeños y medianos.

Cambios en la tasa de política monetaria

- Reducción de los tipos de interés de referencia del Banco Central.
- Reducción de los tipos de interés utilizados por el BNDES y extensión del plazo de financiamiento en algunas líneas de crédito.

Otras medidas

- Ampliación del poder del Banco Central para intervenir en entidades financieras con problemas.
 - Autorización a los bancos oficiales comerciales (*Banco do Brasil* y *Caixa Econômica Federal [CEF]*) para comprar entidades financieras con problemas.
 - Anuncio de la creación de un banco de inversión vinculado a la CEF destinado a comprar acciones de entidades inmobiliarias y de otros sectores.
-

POLÍTICA FISCAL

Disminución de impuestos, aumento de subsidios y beneficios tributarios

- Reducción temporal de impuestos sobre vehículos (a cambio de la manutención del nivel de empleo), materiales de construcción, viviendas, electrodomésticos, bienes de capital, y concesión de créditos a personas físicas.
- Modificación del impuesto sobre la renta de las personas físicas para disminuir su incidencia sobre la población de renta media y baja.

Aumento o anticipación del gasto

- Aumento del presupuesto dedicado a inversiones, especialmente en el ámbito del PAC (Programa de Aceleración del Crecimiento), el programa de inversiones del gobierno federal.
- Compromiso de utilizar los recursos del Fondo Soberano del gobierno en proyectos de estímulo a la demanda agregada.

Otras medidas

- Campaña promocional para estimular el consumo.
- Captación de recursos a través de la venta de activos de la Red Ferroviaria Federal, que deberían haber sido subastados en 2008.
- Creación de un fondo soberano para uso en futuras oscilaciones de la economía y para el apoyo a la internacionalización de empresas brasileñas.
- Renegociación de deudas de los ayuntamientos y facilitación de su acceso a créditos del gobierno federal.
- Recortes en el gasto público.

POLÍTICA CAMBIARIA Y DE COMERCIO EXTERIOR

Provisión de liquidez en moneda extranjera

- Operaciones para proporcionar liquidez a los importadores.
- Anuncio del Banco Central de su disposición a utilizar las reservas de moneda extranjera en apoyo a empresas con problemas para refinanciar deudas contraídas en el exterior.
- Acuerdo con la Reserva Federal de Estados Unidos para canje de divisas en caso de necesidad.

Aumento de aranceles o restricciones a las importaciones

- Adopción de restricciones no arancelarias a la importación en 17 sectores.

Disminución de aranceles

- Reducción temporal de aranceles para 306 productos sin similar nacional.

Financiamiento y apoyo a exportadores

- Uso de reservas de moneda extranjera para financiar exportaciones.
- Préstamos en moneda extranjera directamente a bancos privados para financiar el comercio exterior.
- Ampliación de facilidades en el pago de impuestos por exportadores y retirada de impuestos sobre acciones de promoción de las exportaciones.
- Creación de una línea de crédito del BNDES para dar garantías a exportadores.

POLÍTICAS SECTORIALES

Vivienda

- Creación de una línea de crédito para financiar la compra de viviendas por funcionarios públicos, y los bancos oficiales ofrecerán crédito inmobiliario a tasas más bajas, con el objetivo de estimular el sector de construcción.

Pequeñas y medianas empresas (Pymes)

- Creación de fondos de garantía para pymes, para ampliar el crédito y facilitar compras de bienes de capital.

Agropecuario

- Anticipación de recursos al sector por uno de los bancos oficiales.
-

-
- Aumento de los recursos disponibles en los bancos oficiales destinados al sector.
 - Financiación a través del uso de reservas cambiarias.
 - Ayudas a cooperativas agropecuarias.
 - Concesión de fondos a la agricultura familiar.

Industria

- Aumento de la capacidad de endeudamiento de la empresa pública de petróleo y energía (Petrobras) para hacer inversiones.
- Creación de un fondo de garantía para la industria naval.

Otras medidas

- Concesión de crédito para empresas de ventas de vehículos usados.
-

POLÍTICAS LABORALES Y SOCIALES

Política laboral

- Ampliación del seguro de desempleo, especialmente para sectores que registraban más aumento de los despidos.
- Manutención de los reajustes previstos del salario mínimo.

Programas sociales

- Manutención de gastos de los programas de transferencia de renta del Gobierno Federal y de las obras del PAC.
-

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de informaciones de la CEPAL (2009).

4.2.3 Análisis del desempeño de la economía brasileña en la crisis

Pasado el período más grave de la crisis – por lo menos hasta el momento de escribir estas líneas – entre los años de 2008 y 2009, las economías latinoamericanas en general han sorteado la crisis de forma más positiva que en crisis pasadas. Para Kacef (2010) la mejora de sus condiciones macroeconómicas antes de la crisis, como se ha comentado anteriormente, les permitió a los países latinoamericanos implementar políticas contracíclicas cuando la situación económica internacional se deterioró, destacándose el estímulo fiscal a la demanda interna y las medidas de los bancos centrales para garantizar liquidez y gradualmente normalizar los mercados financieros, en algunos casos con participación importante de los bancos públicos, como ocurrió en Brasil.

Carvalho (2009) destaca que la vulnerabilidad externa relacionada con la crisis desafía el modelo económico de apertura y flexibilización adoptado por Brasil en los 15 años anteriores, que estaba en su mejor momento entre el período entre 2006 y el primer semestre de 2008 debido al crecimiento económico registrado. Escribiendo en mayo de 2009, el autor indica que pese al fuerte impacto inicial de la crisis, la capacidad de resistencia del país es superior a la que poseía en crisis anteriores. Entre los impactos negativos notados en Brasil apunta el descenso abrupto de la producción y del empleo, la interrupción de la financiación externa y la retracción del crédito interno, que en conjunto provocaron la disminución de las inversiones y afectaron negativamente las decisiones de las empresas sobre su nivel de producción. De otro lado, no hubo una crisis cambiaria, la balanza comercial era superavitaria

y el real se revalorizó después de la depreciación del inicio de la crisis. El impacto en las finanzas públicas fue pequeño y no hubo graves problemas en el sistema financiero. La reacción de la economía brasileña fue favorecida, en el lado externo, por las medidas implantadas por el gobierno de Estados Unidos para afrontar la crisis, con la inyección de liquidez en el sistema financiero, y por el crecimiento de China, que sostiene las exportaciones brasileñas aunque caiga la demanda de las economías avanzadas. En el ámbito interno, fue decisiva la capacidad del gobierno de implantar medidas anticíclicas a través de su política fiscal y monetaria, contando con el apoyo de distintos segmentos de la sociedad.

Mesquita y Torós (2010) opinan que los efectos de la crisis sobre la economía brasileña fueron relevantes, pero limitados en términos de duración de la recesión y de su impacto sobre el sistema financiero y el mercado laboral, especialmente en comparación con diversas crisis anteriores. El motivo para tal sería, según los autores, las condiciones iniciales más favorables y la política de gestión de la crisis adoptada.

Oliveira y Galdino (2010) consideran que las respuestas del gobierno brasileño a la crisis tienen aspectos positivos y negativos. Los primeros incluyen la reducción de tributos para estimular el consumo, y las medidas de apoyo a la internacionalización de empresas brasileñas y de incentivo a las exportaciones. De otro lado, el aspecto negativo fue la pérdida de la oportunidad de hacer reformas fundamentales para el desarrollo del país a largo plazo, que incluye hacer reformas estructurales en la tributación, invertir en infraestructura y logística, implantar reformas institucionales para facilitar los negocios y disminuir la burocracia, y realizar acuerdos bilaterales de inversiones.

Barros (2010) cree que los costes de las medidas implantadas por el gobierno son inicialmente bajos, pero que a medio plazo serán más importantes. Según el autor, las decisiones tomadas por el gobierno tuvieron motivación electoral (en octubre de 2010 se celebraron elecciones para diversos cargos en Brasil, entre ellos el de presidente) e ideológica, fundamentada en el deseo de aumentar el papel del Estado en la economía. A pesar de la mejora de la imagen internacional del país y de su participación en la economía y en la política internacional, Barros (2010) apunta que la sostenibilidad del crecimiento económico brasileño a tasas elevadas está amenazada por los costes de los programas de estímulo, por el reciente descenso de la competitividad internacional del país (debido a la baja calidad de la educación, a los problemas de infraestructura, a los impuestos elevados, a los altos costes de energía eléctrica), y por la incertidumbre cuanto a la recuperación económica global.

Según declaraciones del Ministro de Hacienda brasileño, el país fue uno de los primeros a salir de la crisis pues logró mantener un crecimiento económico elevado, en

conjunto con los sólidos fundamentos macroeconómicos ya mencionados, y la capacidad de implantar una política contra crisis (Mantega, 2009).

A mediados de 2010 el gobierno brasileño informó que había revertido diversas medidas implantadas contra la crisis, incluyéndose la modificación del encaje bancario para niveles normales, la reversión de acciones que había realizado en el mercado de cambio, el retorno a la normalidad en la política monetaria, y la retirada de los estímulos fiscales (Meirelles, 2010, Mayo).

Superada la peor fase de la crisis en Brasil hasta el momento, en 2010 el país registraba crecimiento acelerado de su economía, con variación esperada de un 7,5% (FMI, 2010c). En abril el Banco Central brasileño volvió a subir los tipos de interés de referencia, después de casi un año y medio sin hacerlo, debido a presiones inflacionarias causadas por el aumento del consumo y de los gastos del gobierno, a causa de las políticas de estímulo implementadas en respuesta a la crisis y del crecimiento inferior de la oferta y de las inversiones (Brazil's booming economy, 2010, Mayo). La masiva entrada de recursos externos en el país – motivada por el tipo de interés elevado, principalmente, y por las inversiones extranjeras en el país – provocó una fuerte apreciación del real frente al dólar a lo largo del año (con cotización próximas a R\$ 1,70 en los últimos meses de 2010), que incluso motivó el gobierno a aumentar los impuestos sobre algunos tipos de inversiones extranjeras en cartera para intentar detener la valorización de la moneda.

4.3 El turismo mundial frente a la crisis económica

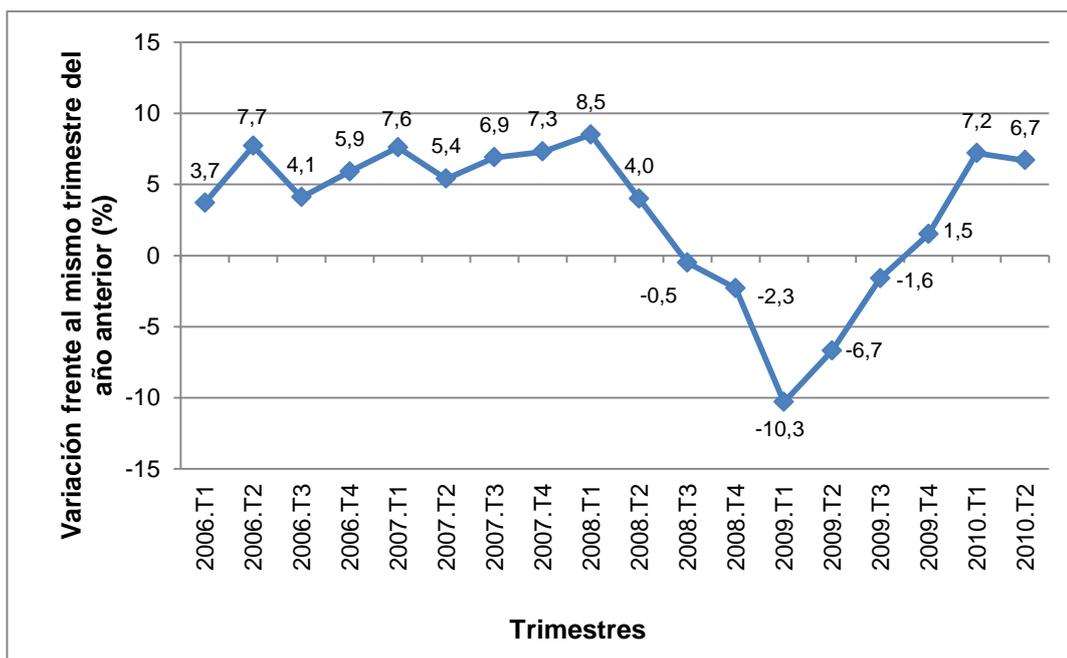
4.3.1 Resultados del turismo internacional en el período de crisis

A nivel mundial, el turismo se mostró bastante sensible a la crisis económica. En 2008 el resultado general fue positivo (crecimiento de un 2%), pero gracias a la expansión registrada en el primer semestre (5,8%), pues en el segundo ya se manifestaba la contracción económica mundial (descenso de un 1,2%) (OMT, 2010a). En 2009 hubo un descenso de un 4,2% en las llegadas turísticas internacionales (lo que significa cerca de 40 millones menos que en 2008, totalizando 880 millones de llegadas) y de un 5,7% en los ingresos por turismo internacional (OMT, 2010b). En comparación con el descenso de un 11% de las exportaciones mundiales en 2009 (FMI, 2010b), el impacto de la crisis sobre el turismo no es tan pronunciado, a pesar de significativo para un sector muy acostumbrado a crecer.

En términos trimestrales, el crecimiento de las llegadas turísticas internacionales empezó a disminuir en el segundo trimestre de 2008. A partir de entonces fueron registradas variaciones negativas hasta el tercero trimestre de 2009. El peor resultado se registró en el

primer trimestre de 2009, con caída de un 10,3%, seguida por descensos de un 6,7% y de un 1,6% en los trimestres siguientes (Figura 5). En el cuarto trimestre de 2009 se volvió a registrar una variación positiva, y en los primeros dos trimestres de 2010 se observaron tasas de crecimiento superiores a un 6,5%. Sin embargo hay que considerar que estas tres últimas variaciones positivas ocurren frente a un período de resultados muy negativos, cuando se notaron de forma grave los efectos de la crisis, especialmente en el primer semestre de 2009. La organización prevé que las llegadas crezcan cerca de un 4% en 2010.

Figura 5. Variación las llegadas de turistas internacionales



Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la OMT (2008a, 2008b, 2009a, 2010b).

A nivel regional, con relación al año anterior, Europa registró en 2009 un descenso superior al valor mundial tanto en llegadas (5,6%) como en ingresos (6,6%), con la subregión Europa Central y Oriental particularmente afectada. Cabe señalar que Europa es el destino de más de la mitad de las llegadas mundiales, así que sus resultados tienen fuerte repercusión en el desempeño global. La región de Asia y el Pacífico tuvo un descenso inferior al total (un 1,7% en llegadas y un 1,2% en ingresos), pero en el Sureste Asiático la caída de los ingresos fue notable (7,2%). El descenso de las llegadas a las Américas fue ligeramente superior al total (4,7%), con un descenso sustancial de los ingresos (9,6%), especialmente en América del Norte (11,9%). El descenso de Sudamérica fue el menor entre las subregiones americanas, de cerca de un 1% en llegadas e ingresos. África fue la única región que no registró descenso de las llegadas en 2009, con un crecimiento de un 3%, pero sus ingresos cayeron (6%). Por fin, Oriente Medio, la región que alcanzaba las mayores tasas de crecimiento en los años

anteriores a la crisis, registró descenso de las llegadas (5,4%) y de los ingresos (3%) (OMT, 2010a).

El *World Travel and Tourism Council* (WTTC), asociación de grandes empresas del sector turístico, ofrece algunas estimativas sobre el desempeño económico del sector de viajes y turismo que pueden ser utilizadas para confirmarse el impacto de la crisis. En 2009, año de los peores efectos de la crisis económica hasta el momento, el producto del sector de viajes y turismo cayó un 1,9% en términos directos y un 4,7% en términos directos e indirectos; el sector generó en total un 9,4% del producto mundial. El empleo directo e indirecto asociado al turismo, que representa un 8,2% de los empleos globales según los cálculos del WTTC, descendió un 2% en 2009. El foro también estima que el consumo de viajes y turismo por los hogares cayó un 2,3%, mientras que el descenso de los viajes de negocios realizados por empresas y administraciones públicas fue más grave, llegando a un 8%. Las inversiones en capital relacionadas con el turismo, realizadas por empresas y gobiernos, cayeron un 12%. Por otro lado, los gastos de las administraciones en aspectos como promoción y gestión de servicios e infraestructuras turísticas crecieron un 3,5%, lo que se puede atribuir a los programas de estímulo económico implantados en respuesta a la crisis. En total, la demanda del sector de viajes y turismo descendió un 7% a nivel mundial. Las previsiones para los años siguientes son de recuperación gradual del crecimiento, acompañando la recuperación económica global. Para el 2010 se esperan tasas de crecimiento ligeramente positivas (o aún negativas en parámetros como inversiones y viajes de negocios), pero a partir del 2011 se espera un crecimiento en cifras más elevadas (WTTC, 2010).

4.3.2 Análisis académicos sobre el impacto de la crisis en el turismo

Algunos estudios publicados en periódicos académicos traen otras contribuciones a la comprensión de los impactos de la crisis en el turismo. Smeral publicó dos artículos en los cuales presenta sus previsiones referentes a las importaciones turísticas (es decir, el turismo emisor) para el grupo de países europeos conocido como la UE-15⁷ (Smeral, 2009, estudio concluido en marzo de 2009) y otro en que, además de actualizar las previsiones para la UE-15, añade previsiones sobre Australia, Canadá, Estados Unidos y Japón (Smeral, 2010, estudio concluido en agosto de 2009). Según el autor, los impactos de la crisis económica de 2008 sobre el turismo son diferentes en comparación con contracciones económicas

⁷ Grupo formado por los quince primeros países integrantes de la Unión Europea: Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Dinamarca, Irlanda, Reino Unido, Grecia, España, Portugal, Austria, Finlandia y Suecia. Sin embargo, el autor excluye a Austria de las previsiones debido a restricciones en la disponibilidad de los datos de este país (Smeral, 2009, 2010).

anteriores, debido al alcance global de la crisis y a la reducción del consumo debido a la amenaza del desempleo, la disminución de la renta, y al aumento de la tasa de ahorro actual debido a la incertidumbre sobre el valor y la seguridad de activos (inmobiliarios y financieros), ahorros, pensiones y seguros de vida. En respuesta a estas dificultades, el consumo de bienes no esenciales, especialmente el turismo, debe disminuir en mayor proporción para salvaguardar el consumo esencial. Las empresas adoptan comportamiento similar al recortar sus gastos con viajes de negocios y de incentivo debido a la menor rentabilidad de sus operaciones. La reducción del consumo debe durar un largo período de tiempo, afectando también a las inversiones. Cuando los gobiernos reaccionen al aumento del déficit fiscal provocado por los programas de estímulo económico, con aumento de impuestos o recortes en el gasto público – lo que a mediados de 2010 era una realidad en diversos países –, la situación será todavía peor. Un agravante para el turismo es que los impactos de esta crisis se revelan más graves en las economías avanzadas, que son los principales emisores turísticos internacionales.

Según Smeral (2009, 2010), en situaciones de crisis o contracciones económicas, los turistas intentan primeramente reducir sus gastos con viajes antes de cancelarlas definitivamente. Para hacerlo tienen diversas posibilidades: viajar a destinos más cercanos, hacer estancias más cortas, reducir el gasto diario en viaje (por ejemplo, utilizando alojamiento y restaurantes más baratos o disminuyendo las visitas a atracciones que cobran entradas), o recortar viajes secundarios a cambio de mantener los viajes principales. Otra estrategia utilizada por los consumidores de servicios turísticos es hacer compras de última hora, pues esperan encontrar mejores precios en ofertas especiales, y también porque están inseguros cuanto a la permanencia en sus empleos.

En sus dos estudios Smeral utiliza más de un escenario para realizar sus previsiones, debido a su creencia de que los efectos negativos de la crisis serán más duraderos y profundos de lo que predicen organizaciones como el FMI y la OCDE. En el primer trabajo (Smeral, 2009), prevé, con base en un primer modelo, que las importaciones turísticas de la UE-15 descenderán cerca de un 8% en 2009 y de un 1% en 2010, con señales de recuperación en la segunda mitad de 2010. En la segunda versión del modelo, que considera una recesión más severa, el descenso sería de entre un 12% y un 15% en 2009 y de entre un 5% y un 8% en 2010, con recuperación prevista solamente para 2011.

En el estudio ampliado (Smeral, 2010) se prevé para 2009 que las importaciones turísticas de los cinco mercados considerados se reducirán entre un 11% y un 12,5%; a nivel mundial se trataría de un descenso de un 10%. Cuanto a 2010, considerando una situación de

recuperación económica se prevé estagnación o descenso de hasta un 2% en los cinco mercados; en un escenario más pesimista se estima un descenso entre un 2,5% y un 4,5%. Además, el autor comenta que las estimativas realizadas en los dos estudios pueden ser optimistas, ya que en situaciones de graves problemas económicos la demanda probablemente será más elástica que lo normal, aspecto no captado por los modelos que se suelen utilizar en estas previsiones.

Smeral (2009) ofrece algunas directrices estratégicas para que destinos y organizaciones afronten la crisis, pero advierte que los consumidores tienden a responder más directamente a las condiciones macroeconómicas y a sus expectativas que a acciones mercadológicas. Las directrices estratégicas son:

- Evitar recorte de gastos en marketing pues pueden empeorar la situación. La cooperación entre distintas organizaciones turísticas puede ser una respuesta útil al descenso de los presupuestos destinados al marketing;
- Una vez que los turistas tienden a disminuir sus costes con viajes, los destinos deben estar más atentos a los mercados emisores cercanos, especialmente si son fácilmente accesibles en coche. Pese a su menor potencial de retorno económico, los viajes de un día también deben ser estimulados.
- La demanda por paquetes turísticos de todo incluido debe crecer, y para atenderla debe existir una oferta variada en términos de duración y calidad. Ofrecer a los turistas flexibilidad para hacer reservas o cambios de última hora puede ser una ventaja competitiva.
- Se debe estimular nuevas visitas de turistas que ya han visitado el destino, pues estos conocen las atracciones y servicios, sus niveles de precios y de calidad, lo que les permite mayor control sobre sus presupuestos.
- Las ofertas deben ser transparentes en términos de prestaciones y costes, pues los turistas están más atentos a lo que compran.
- Aunque la presión sobre los precios sea grande debido a la mayor sensibilidad del consumidor a esta variable, se debe evitar la competencia exacerbada por precios pues dificulta restablecer los precios en el futuro, afecta negativamente la liquidez necesaria para invertir en el futuro y puede disminuir la calidad del servicio (Smeral, 2009, 2010).
- Nuevos consumidores pueden ser atraídos a través de innovaciones y nuevas interpretaciones de productos.

- Aprovechar el momento de menor volumen de negocios para hacer cambios estructurales necesarios e implantar innovaciones tecnológicas y organizacionales.
- Mejorar la calidad de los servicios y la satisfacción del consumidor a través del refuerzo en la motivación de los recursos humanos.
- Hay que cortar gastos donde sea posible para utilizar los recursos en atracción de demanda e inversiones.

Pese a las evidencias sobre el mejor desempeño en la crisis del turismo doméstico en comparación con el internacional, Smeral (2010) afirma que el turismo doméstico tiene impactos limitados desde el punto de vista de la macroeconomía internacional, y que las campañas promocionales oficiales que lo estimulan pueden ser asociadas a prácticas proteccionistas, que suelen ser rechazadas.

Por fin, el autor cree que la crisis tendrá consecuencias por más tiempo, una vez que el desempleo debe tardar a disminuir, el sistema financiero permanecerá frágil por bastante tiempo y la economía se recuperará lentamente. El turismo estará pendiente del crecimiento económico para que también vuelva a crecer. Por otro lado, considera posible que haya un cambio estructural en el consumo turístico debido a la menor disponibilidad de recursos económicos y financieros por los turistas (Smeral, 2010).

Song y Lin (2010) realizan previsiones para el turismo receptor y emisor de Asia. Según los autores, algunos países de la región sufrieron fuertemente el impacto de la crisis en sus economías, como Japón, Corea del Sur, Hong Kong, y Singapur. Las previsiones para las llegadas turísticas internacionales en Asia apuntan descensos importantes en 2009, con destaque para las caídas de Reino Unido, Italia, Francia y Estados Unidos. Se espera que a partir de 2010 todos los países considerados⁸ vuelvan a anotar crecimiento en las llegadas a Asia. Sin embargo, algunos mercados deben registrar llegadas en los niveles anteriores a la peor fase de la crisis (2008) solamente después de tres o cuatro años (caso de Estados Unidos y Reino Unido). Debido a los resultados particularmente negativos de Europa y Norteamérica, los autores recomiendan que los países asiáticos den prioridad a mercados más cercanos para compensar las pérdidas en los mercados de larga distancia.

⁸ Para el turismo receptor se consideraron los siguientes países: Canadá, Estados Unidos, Australia, Nueva Zelanda, Rusia, Reino Unido, Italia, Francia, Alemania, Suecia, Países Bajos y Suiza. Las previsiones para el turismo emisor incluyen los siguientes países: China continental, Hong Kong, India, Indonesia, Japón, Corea del Sur, Taiwán, Malasia, Tailandia, Singapur y Filipinas. En el turismo emisor se excluye el turismo intrarregional, es decir, son consideradas solamente las salidas desde estos países asiáticos hacia destinos fuera de Asia.

Cuanto al turismo emisor, medido en gastos turísticos, se estima que solamente China y Hong Kong tendrán crecimiento en 2009, y que los demás registrarán descensos significativos. A partir de 2010 deben retornar las tasas positivas en la mayoría de los mercados, pese a la expectativa de descensos puntuales en China (2010) y Hong Kong (2011). Debido a las previsiones de que China siga registrando altos niveles de crecimiento económico en los próximos años, los autores consideran probable que muchos destinos fuera de Asia intenten atraer el mercado chino con el objetivo de estimular la recuperación del turismo en estos países.

Song, Lin, Zhang, y Gao, (2010) actualizan estimativas anteriores para las llegadas de turistas internacionales a Hong Kong, pues creen que la crisis económica generará cambios profundos en los resultados. Los autores afirman que las condiciones económicas en los mercados de origen son los principales determinantes de la demanda turística de Hong Kong, motivo por lo cual recomiendan que las autoridades del turismo de Hong Kong acompañen la evolución de la situación económica en estos países. Son adoptados cuatro escenarios distintos en las previsiones, uno más optimista, otro más pesimista y dos intermedios. En el escenario más pesimista, las llegadas llegarán a 27,6 millones en 2009 y 26 millones en 2012, lo que significan variaciones anuales negativas de un 6,53% y de un 3,12%, respectivamente, en comparación con 2008. Los resultados del escenario más optimista indican 30,7 millones de llegadas en 2009 y 33,1 millones en 2012, lo que representa crecimiento anual positivo de un 4,15% y un 2,88% respectivamente, frente a 2008. Los resultados también sugieren que habrá pocos cambios en la participación de los principales mercados emisores, con China continental, Taiwán y Japón como mercados más importantes. Los mercados de larga distancia son más afectados por la crisis, pero los mercados de corta distancia deben mantenerse estables.

Ritchie, Amaya, y Frechtling (2010) hacen una revisión de estadísticas sobre el impacto de la crisis en el turismo de Canadá, México y Estados Unidos hasta el primer trimestre de 2009. Los tres países fueron afectados por la crisis, según los autores. En Canadá se observa que la crisis efectivamente afectó el desempeño del sector turístico del país en 2008 e inicio de 2009, en su turismo receptor y emisor. A pesar de algunas mejoras que se registraban en la confianza del consumidor en Canadá y Estados Unidos (su principal emisor), las perspectivas no eran animadoras. La gripe A y un aumento de la restricción en cuestión de pasaportes y visados contribuían a empeorar la situación. Los organismos oficiales de turismo implantaban medidas de respuesta a la crisis concentradas en las siguientes actividades: entrega al sector de una herramienta de marketing para conectar consumidores y empresas a

través de una plataforma online; realización de una campaña para promover el turismo doméstico; estímulo a visitas y refuerzo de la imagen de marca del país aprovechándose de la realización de Juegos Olímpicos de Invierno de 2010 en Vancouver; y refuerzo de presupuesto para acciones en mercados emergentes (Brasil, China, India) y prioritarios (Estados Unidos y México).

La gran importancia del turismo para la economía mexicana hace más preocupante para este país el desempeño de su turismo receptor internacional en la crisis. Los principales indicadores turísticos de México en el período entre enero de 2008 y enero de 2009 indican un impacto moderado, que se manifiesta en la disminución del gasto turístico, del empleo en el sector, y del número de pasajeros en cruceros y excursionistas. Sin embargo, los autores (Ritchie, Amaya, y Frechtling, 2010) afirman que desastres naturales como los huracanes Wilma (2005) o Dean (2007) ejercieron un mayor impacto en el turismo mexicano que la crisis económica y financiera internacional de 2008. Además, los datos históricos demuestran que la llegada de turistas internacionales aumenta cuando hay una depreciación del peso mexicano relacionada con un empeoramiento de la situación económica del país, como ha ocurrido en la crisis de 2008.

La evaluación que se hace sobre el desempeño del turismo de Estados Unidos se centra en la comparación de los resultados turísticos en la crisis económica de 2008 con el desempeño general de la economía estadounidense y con los efectos provocados en el turismo por los atentados de 11 de septiembre de 2001. El descenso de la demanda por viajes es dos veces mayor que la variación del PIB a partir del último trimestre de 2007, cuando se declaró la recesión, pero cayó menos en la actual crisis que después del 11-S. Los precios relacionados con servicios turísticos registraron un descenso dos veces mayor que el provocado por el 11-S, mientras que el índice de precios general de la economía de Estados Unidos estaba en ascensión en el período analizado (hasta el primer trimestre de 2009). Por fin, el desempleo en turismo aumenta en este período de crisis en proporciones más altas que en la economía como un todo y más rápidamente que después del 11-S. Los autores prevén que si la recesión continúa el descenso del empleo turístico puede ser bastante grave, pero que el crecimiento del empleo turístico puede ser superior a lo general cuando la economía vuelva a expandirse, así como pasó tras el 11-S.

En resumen, Ritchie, Amaya, y Frechtling (2010) confirman que la crisis económica internacional de 2008 impactaba los países de Norteamérica, pero que en el caso de Estados Unidos y México sucesos anteriores (terrorismo y desastres naturales, respectivamente) tuvieron un efecto negativo más importante que la crisis actual.

Sheldon y Dwyer (2010) afirman que la reducción del consumo turístico afectó el turismo internacional emisor y receptor, y el turismo doméstico. En consecuencia también fue afectada la contribución del turismo a la economía de los destinos turísticos. La reducción de valor de los activos empresariales y la contracción del crédito perjudica la financiación de deudas e inversiones, lo que a su vez compromete los niveles de empleo en el sector. A pesar del turismo haberse enfrentado a otras crisis en el pasado, la coyuntura actual tiene como agravantes el cambio climático y otros desafíos medioambientales, cambios demográficos, la fluctuación de los precios del petróleo y cambios profundos en la demanda turística. Identificar cuáles son los recursos necesarios para competir en el futuro es una actividad esencial para destinos y organizaciones del sector. Los autores creen que la crisis es una oportunidad para reflexión y reestructuración de la actividad turística en el ámbito público y privado. Para superar la crisis y poder salir de ella con mejores ventajas competitivas a largo plazo, las organizaciones turísticas deben hacer lo posible para eliminar fuentes de costes innecesarios, aumentar la productividad, hacer reformas internas que permitan mayores innovaciones organizacionales y tecnológicas, identificar nuevas oportunidades de negocios que generen demanda – especialmente si lo hacen a través de un mayor valor añadido y no de reducciones de precios –, invertir en factores que puedan mejorar el nivel de rentabilidad y la competitividad futura, y avanzar en la formación y gestión del conocimiento. Los autores dedican particular atención al papel que el turismo doméstico puede desempeñar en la recuperación de la crisis. Pese a sus efectos reducidos a nivel macroeconómico internacional, como señalado por Smeral (2010), el turismo doméstico pasa a ser una opción de mayor viabilidad para consumidores que no pretenden dejar de viajar. Para los destinos, el mercado nacional puede ser esencial para mantener los negocios turísticos en actividad durante la crisis, generando renta y empleos. En países en los cuales el turismo doméstico tradicionalmente es más importante que el receptor internacional, como es el caso de Brasil, recurrir al mercado interno es más que una oportunidad, es una práctica habitual y esencial para los prestadores de servicios turísticos.

Papatheodorou, Rossello, y Xiao (2010) hacen un balance general de la crisis en el turismo y apuntan tendencias para el sector turístico provocadas por la contracción económica. El turismo fue gravemente impactado por la crisis, aunque fue uno de los últimos sectores afectados. Pese a las medidas de estímulo a la economía implantadas por muchos gobiernos, que impidieron una situación todavía peor, las previsiones para los próximos años son pesimistas, así que el turismo podría verse afectado por más tiempo. A corto y mediano plazo una gran parcela de los hogares deberá recortar sus gastos con viajes, a través del uso de

servicios más baratos o del recorte total de los viajes – este último parece más improbable, según la literatura. Las diferencias regionales en el ritmo de recuperación económica ejercen influencia directa sobre el turismo, así que se espera que los flujos turísticos desde Europa tarden un poco más a restablecerse en comparación con aquellos provenientes de Asia.

Según estos autores (Papatheodorou, Rossello, y Xiao, 2010) el sector turístico necesita de información para tomar decisiones relacionadas con el enfrentamiento de la crisis y su recuperación, pero hay dificultades cuanto a este tema. Ejemplifican esta situación indicando que la ausencia de datos fiables sobre el turismo doméstico impide confirmar si es o no válida la percepción sobre la mejor reacción de este segmento a la crisis en comparación con el turismo internacional.

Los autores apuntan que la crisis cambió el comportamiento de los consumidores turísticos, destacadamente en los siguientes aspectos: preferencia por destinos más cercanos; crecimiento del turismo doméstico; mayor resistencia a la crisis de segmentos como visitantes a amigos y familiares, visitantes que ya conocen el destino, turistas con intereses especiales e independientes; descenso más elevado de la duración del viaje y del gasto turístico que del volumen de turistas; y búsqueda por destinos con buena relación calidad-precio, que se benefician por ejemplo de tipos de cambio más favorables. Los autores resaltan el potencial de la colaboración entre organizaciones públicas y privadas para solucionar problemas creados por la crisis, como la disminución de presupuestos. Además, creen que el crecimiento turístico debe tener más en cuenta aspectos de sostenibilidad y respecto al medio ambiente, y que las organizaciones que defienden el sector, como la OMT, deberían enfatizar su potencial contribución al desarrollo social, a la comprensión internacional y al bienestar de comunidades anfitrionas, y no solamente los beneficios económicos.

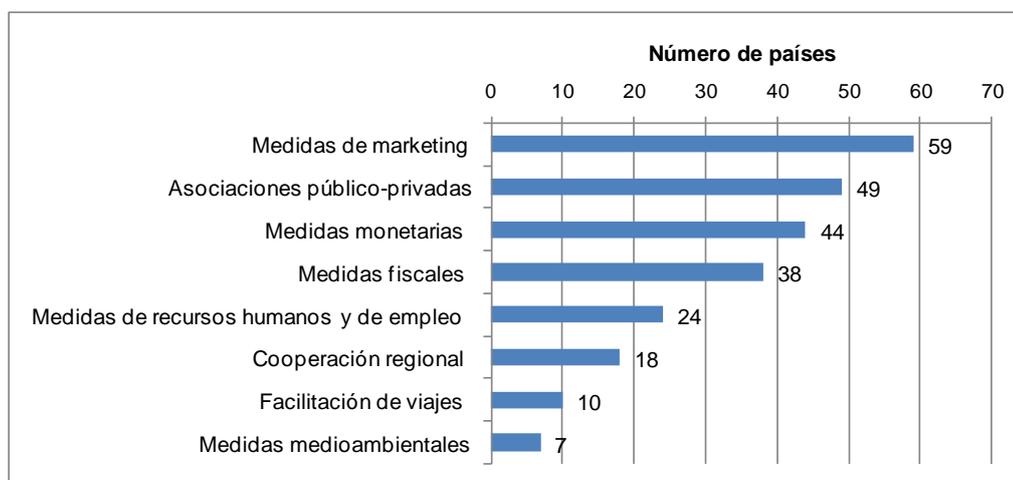
Basándose en la idea de Schumpeter de que los cambios en el ciclo económico son determinados de forma endógena, considerándose tanto los cambios que generan recesiones como aquellos que posibilitan la retomada del crecimiento, los autores (Papatheodorou, Rossello, y Xiao, 2010) afirman que de la crisis actual deben surgir implicaciones positivas y negativas que pueden afectar la dinámica del turismo a corto y largo plazo. En este sentido, demuestran preocupación por las consecuencias del hecho de que los turistas, en virtud de su mayor sensibilidad a precios durante la crisis, den menor importancia a aspectos ambientales relacionados con su consumo turístico, lo que provoca una respuesta similar de los destinos, aumentando la competencia por precios para atraer demanda, sin observar los impactos ambientales que se están generando. Los autores defienden que la salida de la crisis debe basarse en procesos de “destrucción creativa” – otro concepto de Schumpeter – en los cuales

antiguas prácticas y herramientas son sustituidas por otras más adecuadas a una nueva realidad. En este caso, los autores indican que la salida de la crisis debe basarse en la introducción de iniciativas “verdes” en el turismo que sustituyan prácticas de mayor impacto medioambiental.

4.3.3 Medidas de respuestas del turismo a la crisis

Los efectos de la crisis sobre la demanda y los prestadores de servicios turísticos generan presión para que los gobiernos reaccionen con medidas de respuestas, como atestan Blake y Sinclair (2003) y Henderson (1999c). La OMT, en el ámbito de su Comité de Reactivación del Turismo formado para el turismo frente a la crisis, compiló las medidas de respuesta anunciadas por las administraciones de los países, destinadas a ofrecer soporte y estimular el enfrentamiento de la crisis desde el sector turístico. Un informe de septiembre de 2009 (OMT, 2009b) indicaba las medidas que 71 países habían relatado. La OMT clasificó estas medidas en ocho categorías, que se exponen en la Figura 6 en conjunto con la cantidad de países que las adoptaron.

Figura 6. Medidas implantadas en respuesta a la crisis



Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la OMT (2009 b).

Las medidas de marketing son las más frecuentes. De los 71 países, 59 implantaron medidas en este tema. Las asociaciones público-privadas son la segunda categoría más recurrente, con 49 países adoptando medidas en este sentido. Como señala la OMT (2009b), la preponderancia de medidas de estos dos tipos se debe a su fácil y rápida realización por parte de los organismos nacionales de turismo, mientras que otros tipos de medidas son responsabilidades de otros organismos de gobierno, y exigen mayores esfuerzos de colaboración entre distintos órganos y niveles gubernamentales. A continuación se describen las medidas consideradas en cada una de las ocho categorías utilizadas por la OMT:

- *Marketing*: aumento del presupuesto oficial de marketing turístico; realización de campañas promocionales en mercados internacionales cercanos y en el mercado interno; incremento del uso del marketing electrónico; descuentos en entradas de atractivos y servicios turísticos; promoción de paquetes turísticos de precio reducido o de mayor valor añadido; estímulo al turismo social y de vacaciones en grupo; concesión de incentivos y descuentos especiales para viajes en la baja temporada; actuación junto a segmentos específicos del mercado, como viajeros independientes o con intereses especiales, jóvenes y propietarios de segunda residencia, y segmentos menos comunes como ecoturismo, turismo rural o turismo de aventura; promoción de eventos ya programados o la creación de nuevos eventos de tipo cultural, deportivo y ferias comerciales.
- *Asociaciones público-privadas*: acciones conjuntas de organismos nacionales de turismo con organizaciones locales y regionales del sector y con instituciones financieras para el apoyo financiero a empresas; organización de campañas promocionales y ofertas especiales entre diversos prestadores de servicios turísticos; abono de tasas para participación en ferias de turismo; y creación de grupos con representantes del gobierno y *stakeholders* para monitorear el desempeño del sector y sus mercados emisores para poder actuar en respuesta.
- *Medidas monetarias*: tienen como finalidad proporcionar liquidez y facilitar el acceso de las empresas turísticas al crédito. Las pequeñas y medianas empresas, que constituyen la mayor parte del sector, suelen recibir atención especial. Incluyen la creación o ampliación de líneas de crédito especiales, así como el soporte a la inversión extranjera y a la obtención de préstamos en los mercados extranjeros.
- *Medidas fiscales*: incluyen la reducción o exención de tasas aeroportuarias, de hoteles y restaurantes, así como la inversión directa en infraestructuras turísticas de ocio y alojamiento y en infraestructuras de transporte que benefician el turismo.
- *Medidas de recursos humanos y de empleo*: por ser un sector intensivo en mano de obra, muchos gobiernos promueven la creación y preservación de empleos en la prestación de servicios turísticos a través de medidas de simplificación de los procesos de contratación, difusión de oportunidades de trabajo en el sector, promoción de la inserción laboral en el turismo por segmentos de la población más expuestos a la crisis, y formación profesional dedicada a actividades del sector.

- *Cooperación regional*: elaboración y promoción de productos y atracciones turísticas que incluyan países vecinos o cercanos, de forma a aumentar el interés de los consumidores. También se aplican medidas de facilitación de viajes entre países cercanos y difusión de informaciones sobre mercados emisores prioritarios.
- *Facilitación de viajes*: simplificación del proceso de solicitud de visados o la supresión de su exigibilidad.
- *Medidas medioambientales*: soporte a acciones puntuales para reducción de emisiones de CO₂; financiación para inversiones en uso de energías renovables, construcción de infraestructuras respetuosas con el medioambiente y desarrollo de productos turísticos asociados al medioambiente; y concienciación ambiental de turistas y profesionales del sector.

4.3.4 Impactos de la crisis en el sector inmobiliario asociado al turismo: el caso Dubái

Como se ha visto, los impactos de la crisis en el turismo y las medidas de las administraciones para afrontarlos se concentran en aspectos relacionados con la reducción de la demanda turística, las dificultades enfrentadas por los prestadores de servicios turísticos debido al descenso de la demanda y del crédito, y los impactos económicos subsecuentes, especialmente en el empleo. Sin embargo, los efectos de la crisis en el turismo no se restringen solamente al económico. En el ámbito medioambiental, por ejemplo, se ha comentado que disminuyó la atención de los turistas a temas medioambientales en sus viajes, pues los precios ganaron prioridad en una época de dificultad económica. Otro tipo de análisis que demuestra las relaciones entre la crisis y el turismo está expuesto en el trabajo de Guerrero (2009). Su objetivo es discutir los problemas de Dubái para consolidarse como un destino de turismo residencial, y en este contexto la crisis económica internacional de 2008 fue un punto de inflexión en el desarrollo turístico del emirato.

Antes de la crisis, Dubái había logrado establecerse como un destino turístico de nivel mundial. En conjunto con el turismo, el sector inmobiliario y las zonas libres fueron las actividades elegidas por el emirato para diversificar su economía y reducir la dependencia en el crudo. Para atraer empresas e inversores privados, Dubái definió su imagen a través de íconos arquitectónicos, infraestructuras de lujo y zonas libres con incentivos a la repatriación de capital e exención fiscal. Los inversores en el sector inmobiliario eran de dos tipos: profesionales extranjeros que trabajan y residen en la ciudad, o turistas que deciden adquirir una segunda (o primera) residencia.

Sin embargo, la situación cambió radicalmente con la crisis, pues fueron expuestos los problemas asociados al rápido desarrollo inmobiliario de la ciudad, además de cuestiones sociales, culturales y legislativas que interferían en esta dinámica. La crisis hizo los agentes que participaban en el proceso de desarrollo inmobiliario de Dubái percibir que había un desajuste entre la demanda real y la enorme oferta existente y planificada. También fue posible notar que había muchos especuladores en el mercado, que dejaron de actuar tras la crisis. El cierre global del crédito, uno de los impactos más directos de la crisis financiera y económica, impidió la continuidad de diversos proyectos. La reestructuración de planes de desarrollo resultó en proyectos pospuestos o cancelados, y en consecuencia masivos despidos. Los precios de los activos inmobiliarios cayeron de forma abrupta, generando pérdidas a los inversores. El retorno de expatriados y la interrupción de obras crearon problemas de imagen en el exterior. En definitiva, la crisis hizo estallar una burbuja inmobiliaria que se había creado en el sector inmobiliario y turístico de Dubái.

Las medidas para contornar la situación incluían ofertas de financiación del gobierno al sector inmobiliario, promociones de los hoteles para atraer a los turistas, invitaciones a la prensa internacional para que conociera la situación del país, exigencias de mejoras en la legislación y de mayor control sobre los promotores inmobiliarios para proteger los inversores, a los que se solicitó más atención al revisar los contratos. Sin embargo, el fuerte impacto de la crisis en la imagen de Dubái perjudica la viabilidad de su recuperación, incluso porque no se lo considera más un destino seguro para inversiones, y además, los expatriados, que representaban una parcela importante de la población regresaron a sus países.

En septiembre de 2010 fue anunciado que la autoridad del emirato responsable por regular el sector inmobiliario canceló cerca de la mitad de los 980 proyectos que estaban planificados, a causa de las dificultades impuestas por la crisis, que causaron problemas de liquidez a los promotores, descenso de precios, inseguridad y pesimismo en el mercado (Kerr y Wigglesworth, 2010, 27 de Septiembre).

El relato de Guerrero (2009) sobre lo ocurrido en Dubái amplía la gama de impactos de la crisis sobre el turismo, y deja patente las fuertes relaciones existentes entre los sectores turístico e inmobiliario. La crisis económica provocó el fin, o por lo menos el cese temporal, de una burbuja inmobiliaria en Dubái, exponiendo el componente especulativo de las operaciones inmobiliarias que allí se ejecutaban, en el cual los segmentos turísticos de lujo y residencial cumplían un papel fundamental al impulsar la demanda y difundir una imagen del emirato que favorecía estas inversiones.

Aunque sea un aspecto importante del impacto de la crisis en el turismo, este tipo de discusión no es lo más favorecido en los trabajos académicos que se identificaron para la elaboración de este estudio. En general se da atención a los efectos más directos de la crisis en la demanda y sus consecuencias en los prestadores de servicios turísticos, como ejemplifican la mayoría de los textos aquí reseñados, así como los datos de organismos internacionales del turismo como la OMT y el WTTC. Sin embargo, la crisis provoca otros tipos de repercusiones que también merecen ser analizadas, como se nota por el caso de Dubái y el desarrollo en el emirato del sector inmobiliario asociado al turismo. Además, como se ha mencionado en el inicio del capítulo, este caso también revela que el turismo dio su contribución a la formación de burbujas inmobiliarias que cuando estallaron llevaron a la crisis económica internacional.

4.4 Crisis económica y turismo: efectos y respuestas en Brasil

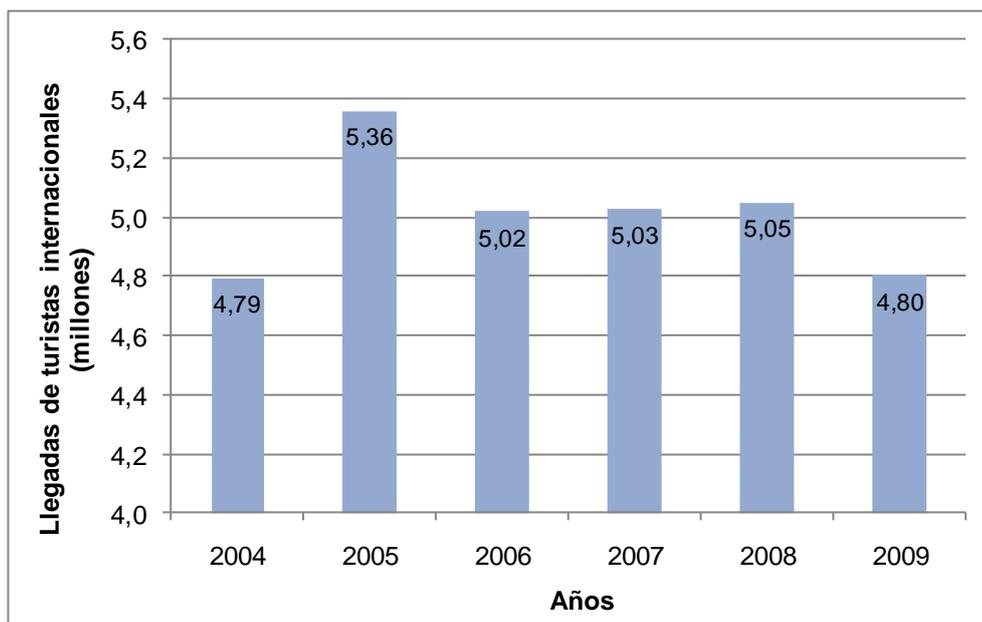
4.4.1 Resultados del turismo brasileño en el período de crisis

El turismo tiene importancia moderada en la economía brasileña. Según el WTTC (2010), la contribución directa del sector al PIB del país en los últimos años es de alrededor de un 2,3%, y de un 5,8% en términos directos e indirectos. La participación de los empleos asociados al turismo en el total alcanza niveles similares. En 2008 el turismo fue el quinto mayor sector en la pauta de exportaciones del país, y el primero en las exportaciones de servicios (Embratur, 2009).

Con el objetivo de verificar los impactos de la crisis sobre el turismo brasileño, son utilizados básicamente datos sobre su demanda turística, pues son los que permiten comparaciones temporales y que tienen mayor difusión oficial, y porque los datos oficiales sobre la oferta turística son bastante limitados. Primeramente se exponen algunos resultados del turismo receptor internacional en Brasil.

Después de tres años registrando poco más de 5 millones de llegadas turísticas internacionales, en 2009 Brasil recibió cerca de 250 mil llegadas menos que en el año anterior, totalizando 4,8 millones, conforme se apunta en la Figura 7, lo que significa un descenso de un 4,9%. Este descenso es ligeramente superior al registrado a nivel mundial por la OMT (4,2%).

Figura 7. Llegada de turistas internacionales a Brasil



Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministério do Turismo (2010a).

Con base en los datos oficiales de llegadas (Ministério do Turismo, 2010a), se puede atribuir esta variación negativa principalmente a la disminución de las llegadas del continente europeo, que registró descenso de un 9,2%, lo que equivale a aproximadamente 163 mil turistas (en la Tabla 8 se indican los principales países emisores de turistas a Brasil). Los resultados particulares más significativos fueron los descensos de Portugal (un 17%, o cerca de 38,9 mil turistas), Alemania (un 15%, o 38,7 mil turistas), España (un 14%, o 28,1 mil turistas) e Italia (un 5%, o 12,2 mil turistas). Europa, con cerca de un 34% de las llegadas, es el segundo gran mercado para el turismo brasileño, superado solamente por Sudamérica, responsable por cerca de un 44% del total en 2009. Las llegadas con origen en el continente sudamericano crecieron un 1,2%, favorecidas por el aumento de un 19% de las llegadas provenientes de Argentina, pese a los descensos de todos los demás países, particularmente altos de Paraguay, Chile, Perú y Colombia. Norteamérica, tercer gran mercado emisor de turistas a Brasil, con un 15% del total, registró en 2009 descenso de un 4%.

Tabla 8
Principales países emisores de turistas a Brasil (%)

Países	2008		2009	
	Llegadas	Cuota (%)	Llegadas	Cuota (%)
Argentina	1.017.675	20,2	1.211.159	25,2
Estados Unidos	625.506	12,4	603.674	12,6
Italia	265.724	5,3	253.546	5,3
Alemania	254.264	5,0	215.595	4,5
Francia	214.440	4,3	205.860	4,3
Uruguay	199.403	4,0	189.412	3,9
Portugal	222.558	4,4	183.697	3,8
Paraguay	217.709	4,3	180.373	3,8
España	202.624	4,0	174.526	3,6
Inglaterra	181.179	3,6	172.643	3,6
Chile	240.087	4,8	170.491	3,6
Bolivia	84.072	1,7	83.454	1,7
Perú	93.693	1,9	78.975	1,6
Colombia	96.846	1,9	78.010	1,6
Holanda	81.936	1,6	75.518	1,6
Suiza	61.169	1,2	72.736	1,5
México	77.193	1,5	68.026	1,4
Japón	81.270	1,6	66.655	1,4
Canadá	62.681	1,2	63.296	1,3
Venezuela	62.622	1,2	53.886	1,1
Otros	707.448	14,0	600.685	12,5
Total	5.050.099	100,0	4.802.217	100,0

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministério do Turismo (2010a).

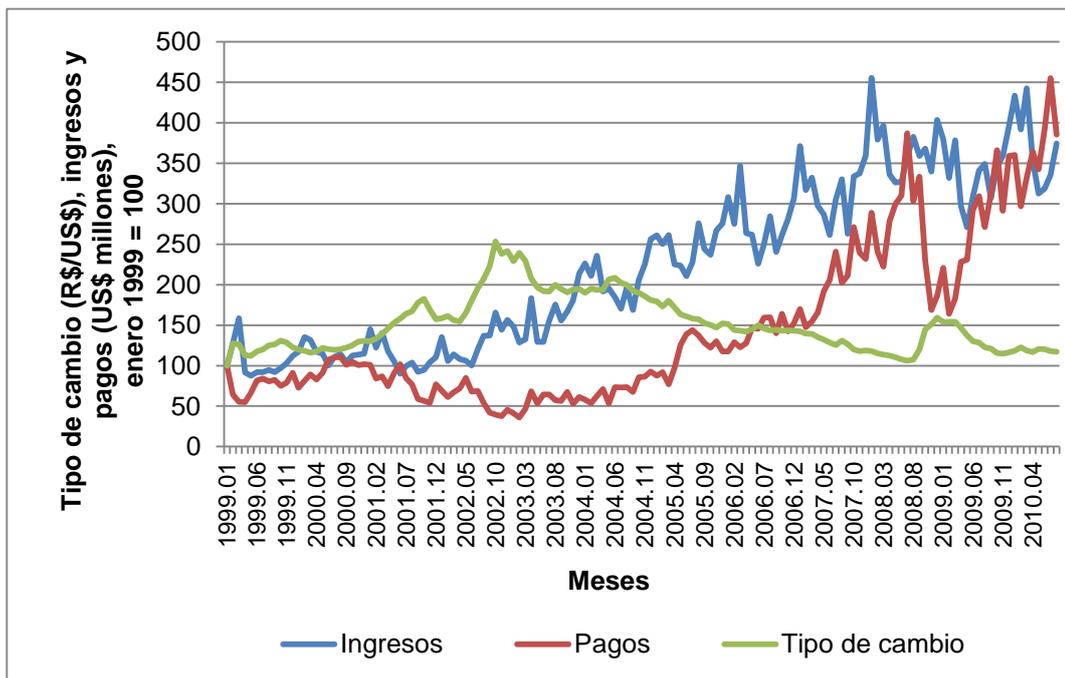
Los ingresos y los pagos asociados a viajes internacionales también fueron afectados por la crisis. En 2009 los ingresos cayeron un 8,3%, después de cuatro años con crecimiento anual medio de un 15%. La observación de los datos trimestrales indica que en 2009 se registraron solamente variaciones negativas; los dos primeros trimestres fueron los de peores resultados, con descensos de cerca de un 11,5% en cada uno en comparación con el mismo trimestre del año anterior. En el tercer trimestre de 2009 el descenso fue de un 9,3%, y en el cuarto trimestre los ingresos cayeron un 1%. En los dos primeros trimestres de 2010 los ingresos volvieron a crecer, un 16,4% y un 12,3%, pero hay que tenerse en cuenta que estas últimas tasas se calculan sobre la base de los dos trimestres iniciales de 2009, período de grave impacto de la crisis (Banco Central do Brasil, 2010a, 2010c).

Antes de comentar los datos sobre los pagos, es importante señalar una relación que se establece entre el comportamiento del tipo de cambio y de los ingresos y pagos por viajes internacionales en Brasil. La Figura 8 presenta los datos sobre estas tres variables en índice desde enero de 1999, tras la adopción por el país del régimen de tipo de cambio de flotación independiente. Gráficamente es posible observar que en general el tipo de cambio tiene un comportamiento inverso al volumen de pagos, es decir, cuanto más depreciado está el real brasileño, menor es el volumen de dólares que salen del país en concepto de viajes internacionales, y viceversa. Un período simbólico de esta relación es el último semestre de 2002, cuando hubo la máxima depreciación del real frente al dólar estadounidense desde 1999 (valor máximo de R\$ 3,80 por dólar en octubre de 2002), lo que resultó en los valores mínimos de pagos por viajes internacionales. La explicación es sencilla: el real depreciado encarece la salida de brasileños en viajes al exterior, mientras la apreciación favorece estas salidas. Después del segundo semestre de 2002 hubo un movimiento casi continuo de apreciación del real, interrumpido en el tercer trimestre de 2008 debido al inicio de la crisis financiera y económica internacional.

El descenso o el aumento del turismo emisor, aquí indicado por los pagos en viajes internacionales, tiene implicaciones sobre el turismo doméstico, pues los consumidores pueden sustituir un viaje internacional por un doméstico si el real está apreciado, y viceversa.

De otro lado, el comportamiento de los ingresos relacionados con viajes internacionales no demuestra una clara relación con la fluctuación de los tipos de cambio, como se observa en la Figura 8. Rabahy (2003) justifica este comportamiento de los ingresos por viajes internacionales en relación con el cambio indicando que una parcela importante de la demanda turística internacional, particularmente aquella con origen en continentes más distantes como Europa, Norteamérica y Asia, es relativamente menos sensible a variaciones de precios (y por lo tanto del tipo de cambio), pues Brasil es un destino todavía marginal en el turismo mundial, que no tiene el precio como factor competitivo de destaque, pero sí los atributos naturales y culturales que utiliza para atraer a los turistas, que visitan el país interesados en estos atributos y dan menor importancia relativa a los precios.

Figura 8. Tipo de cambio, ingresos y pagos por turismo (1999 a 2010) (índice)



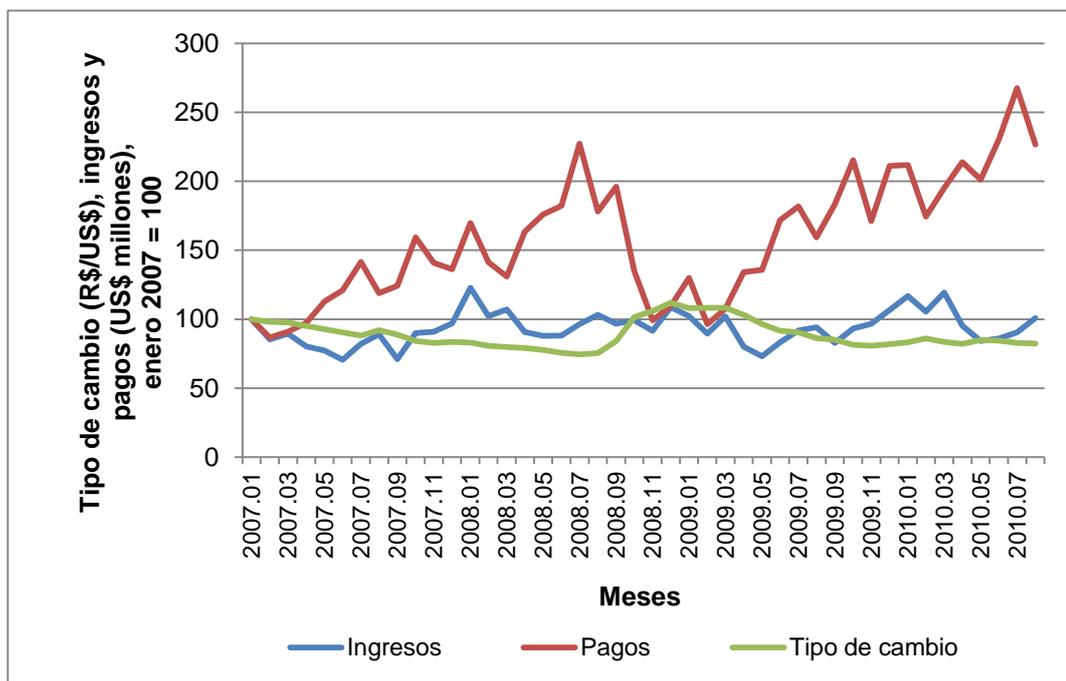
Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Banco Central do Brasil (2010b, 2010d).

Considerados estos aspectos, y tratado el tema de los ingresos, resta verificar el comportamiento de los pagos en la crisis, relativos al turismo emisor⁹. La

Figura 9 presenta los mismos datos de la Figura 8, pero destacando el período a partir de enero de 2007, lo que permite observar el desempeño de los pagos (y también de los ingresos) durante la crisis. Se puede notar en el gráfico que los pagos alcanzaban valores elevados con el cambio apreciado antes de la crisis, pero que descendieron tras la pérdida de valor del real a finales de 2008. En el año de 2009 los pagos cayeron un 0,6% con relación a 2008, valor expresivo si se tiene en cuenta que desde 2005 crecían a una tasa media anual de un 40%. En el último trimestre de 2008 y en el primer de 2009 se registraron descensos superiores al 20% en los pagos, y en los dos trimestres siguientes entre el 12% y el 15%, siempre frente al mismo trimestre del año anterior. Con el real apreciado nuevamente a partir de mediados de 2009 en comparación con el nivel precrisis, en el último trimestre de aquel año los pagos volvieron a registrar crecimiento, con una tasa superior al 70%. Ciertamente la depreciación del real contribuyó para el descenso de los pagos a finales de 2008 y en casi todo el 2009, pero la recuperación del valor de la moneda brasileña impulsó la demanda turística emisora del país, generándose una caída anual de los pagos en 2009 bastante menos intensa que de los ingresos.

⁹ El gobierno brasileño no difunde datos sobre el número de turistas brasileños que viajan al exterior, así que los pagos son la fuente de información más utilizada para analizar el turismo emisor.

Figura 9. Tipo de cambio, ingresos y pagos por turismo (2007 a 2010) (índice)



Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Banco Central do Brasil (2010b, 2010d).

Aunque el turismo doméstico sea considerado una de las prioridades del Ministerio de Turismo de Brasil (Ministério do Turismo, 2007), los pocos datos existentes sobre el número de viajes domésticos realizados en el país no permiten analizar el desempeño reciente de este mercado. Por cierto, Papatheodorou, Rossello, y Xiao (2010) mencionan el problema de la falta de datos adecuados para verificar el desempeño del turismo doméstico en la crisis económica internacional. Los datos que se suelen utilizar como referencia para analizar el mercado turístico doméstico brasileño se refieren al transporte aéreo, pero obviamente dejan de lado los viajes en coche y autobús, que representan una parcela importante de los viajes de los brasileños en el país. El movimiento de pasajeros en vuelos domésticos¹⁰ creció un 15% en 2009, frente a variación positiva de un 2,1% en 2008. A título de comparación, el mismo indicador para pasajeros internacionales creció un 5,3% en 2008 y disminuyó un 1,2% en 2009 (Infraero, 2010). Otro indicador, el pasajero-kilómetro transportado (PKT), utilizado por el sector de aviación civil, refleja crecimiento anual de un 17,7% en 2009 en los vuelos domésticos, bastante superior al crecimiento de un 7,4% de 2008 (ANAC, 2009). Estos datos

¹⁰ Los datos sobre el movimiento de pasajeros en los principales aeropuertos brasileños, difundidos por la empresa estatal brasileña Infraero, reflejan la suma de los embarques y desembarques realizados en los aeropuertos administrados por esta empresa, que son los aeropuertos relevantes del país. La suma de embarques y desembarques significa, por ejemplo, que una persona que parte del aeropuerto de Natal y después regresa a este mismo aeropuerto será contabilizada dos veces, una en la ida, otra en la vuelta. Además, no hay una distinción entre pasajeros brasileños y extranjeros, pero sí entre pasajeros de vuelos domésticos e de vuelos internacionales.

de crecimiento del transporte aéreo hacen plausible afirmarse que los viajes domésticos crecieron durante la crisis, posiblemente en sustitución a los viajes al exterior, que registraron disminución en el período de crisis económica, como se ha indicado anteriormente.

A nivel empresarial, una encuesta de carácter cualitativo realizada por el Ministerio de Turismo indica que en el último trimestre de 2008 y particularmente en el primer trimestre de 2009 los principales prestadores de servicios turísticos del país tenían perspectivas en su mayoría negativas cuanto al desempeño de indicadores como ingresos, creación de empleo, ventas e inversiones (FGV/EBAPE, 2010).

4.4.2 Medidas de respuestas del turismo brasileño a la crisis

En respuesta a la crisis, el Ministerio de Turismo de Brasil y su organismo asociado responsable por la promoción turística internacional del país, Embratur, implantaron¹¹ las siguientes medidas (OMT, 2009b, 2010c):

- Lanzamiento en abril de 2009 de la campaña promocional “Brazil Now” en asociación con el empresariado, para ofrecer, a través de internet, paquetes con descuentos especiales a turoperadores de Sudamérica. La segunda fase de la campaña buscaba ampliar la participación de empresas turísticas brasileñas y expandir la cantidad de productos ofrecidos y de mercados alcanzados; a mediados de 2010 la iniciativa aún se ejecutaba y había llegado a Estados Unidos y Europa.
- El gobierno brasileño anunció que no crearía ninguna tasa adicional a los flujos de turismo internacional. En este sentido, y con el intuito de estimular la llegada de turistas de países vecinos, en junio de 2009 el Ministerio de Turismo anunció la exención de requisitos de pasaportes, visados y vacunación para colombianos.
- La Agencia Nacional de Aviación Civil (ANAC) aprobó la reducción gradual del valor mínimo establecido para tarifas aéreas internacionales, medida que ya se discutía antes de la crisis.
- En conjunto con el lanzamiento del plan de marketing internacional del país referente al período 2010-2020, el gobierno anunció un aumento del 20% en el presupuesto de 2009 dedicado a acciones de marketing y promoción en Sudamérica.

¹¹ Las medidas aquí expuestas son aquellas únicamente anunciadas por el Ministerio de Turismo de Brasil. Sin embargo, las unidades federativas que forman el país (los estados) poseen responsabilidades sobre la gestión del turismo en sus territorios, y tienen la posibilidad de implantar medidas particulares de respuesta a la crisis. Compilar las medidas eventualmente aplicadas por todos los estados merecería un trabajo específico dedicado exclusivamente al tema, con el impedimento de la dificultad de acceso a las informaciones, y no es un objetivo de este trabajo.

- El Ministerio de Turismo de Brasil enfatizó el papel del turismo doméstico como segmento prioritario para afrontar los efectos de la crisis internacional en el sector turístico del país. Fue anticipada y ampliada una campaña promocional oficial que pretendía estimular los viajes de brasileños en el país, en especial en puentes festivos. Además, uno de los bancos estatales del país, *Caixa Econômica Federal*, lanzó una línea de crédito especial para financiar viajes domésticos, cobrando un tipo de interés menor que el del mercado y con pago en hasta 10 mensualidades.

En comparación con el conjunto de medidas compiladas por la OMT (2009b, 2010c), indicadas anteriormente, se puede decir que el gobierno central brasileño implantó pocas acciones de respuesta a la crisis. Una posible justificativa para tal sería la perspectiva de que el mercado doméstico brasileño compensaría el descenso del flujo turístico receptor internacional, pues la economía interna estaba en situación menos grave que las economías avanzadas, y porque la depreciación del real en el comienzo de la crisis desincentivaba los viajes de los brasileños al exterior. La ausencia de datos adecuados sobre el turismo doméstico en Brasil imposibilita un análisis más pormenorizado sobre el tema. Sin embargo, el descenso del turismo receptor internacional en Brasil en el año de 2009, en términos de llegadas e ingresos, fue superior a lo registrado en Sudamérica, lo que puede ser considerado un indicador de un desempeño negativo del turismo brasileño en la crisis. Pese al anunciado refuerzo de la promoción en mercados sudamericanos, en 2009 se registró aumento solamente en la llegada de turistas argentinos, mientras que los demás países de la región registraron descensos, algunos en tasas elevadas. La grave situación económica en Europa y Estados Unidos naturalmente sería un obstáculo a los viajes a Brasil, pero ciertamente la ausencia de acciones directas en estos mercados en el año de 2009 en respuesta a la crisis no contribuyó a la obtención de mejores resultados.

Con estos aspectos en consideración, la meta de atraer a 8 millones de turistas a Brasil en 2014, difundida en marzo de 2010 por el Ministerio de Turismo del país (Oito milhões até 2014, 2010, 23 de Marzo) – lo que supondría un crecimiento anual medio de casi un 11% en los próximos 5 años, al paso que en los últimos 5 años han descendido las llegadas –, parece desproporcionada y carente de sintonía con la situación de la economía mundial en este inicio de década. Otras previsiones oficiales fueron publicadas en un documento de referencia para la planificación del sector en el período 2011-2014 (Ministério do Turismo, 2010b). En el escenario más pesimista las llegadas crecerían un 3,5% al año hasta 2014, totalizando 5,72 millones de turistas. Ya en el escenario más optimista, el crecimiento anual sería de un 8,5%,

con 7,21 millones de llegadas. Aunque parezcan más razonables, un crecimiento mínimamente significativo del número de llegadas, como el escenario más pesimista de la última previsión del Ministerio de Turismo, ya parece un desafío bastante grande si se tiene en cuenta la situación económica de algunos de los principales emisores turísticos del país y los últimos resultados anuales.

4.5 Conclusiones del capítulo

La crisis económica internacional de 2008 fue el resultado del exceso de consumo impulsado por un sistema financiero complejo y desregulado, altamente especulativo, que generó graves problemas a la economía mundial. Los sectores turístico y, mucho más importante, el inmobiliario y de construcción, cumplieron un papel determinante en el surgimiento de la crisis por absorber una gran parcela del exceso de consumo, deuda y de inversión especulativa. La crisis afectó de forma grave las economías avanzadas, pero también provocó problemas en otros países, que dejaron de recibir recursos externos esenciales a su mantenimiento, y sus poblaciones no cuentan con el mismo nivel de protección social de los países más ricos.

Hasta el momento de escribir estas líneas, el período de mayor impacto de la crisis fue entre el último trimestre de 2008 y el tercer trimestre de 2009. Pese a la gradual retomada del crecimiento económico en muchos países, las perspectivas para los próximos años en general son modestas, debido a las dificultades a las que se enfrentan las economías avanzadas, pese al ascenso de las economías emergentes.

El turismo, actividad muy vinculada a la evolución de la economía, fue notoriamente afectado por la crisis. Particularmente, el descenso de los viajes procedentes de las economías avanzadas, que son los principales mercados emisores, tuvo un impacto decisivo en el descenso de los flujos mundiales registrado en 2009. A finales de ese mismo año surgían las primeras señales de recuperación en el turismo, pero las expectativas de crecimiento económico débil en los próximos años son un motivo de preocupación en el sector. De otro lado, el descenso más modesto del turismo en comparación con las exportaciones mundiales, y la observación de que los sectores turísticos de países como Estados Unidos y México sufrieron impactos más graves en otras crisis recientes provocadas por terrorismo y desastres naturales, respectivamente, permite relativizar la dimensión del impacto sobre el turismo de la actual crisis, que se distribuye de forma desigual entre los países.

La crisis económica afectó la economía de Brasil, pero el impacto fue menor que lo registrado en otros países, y la recuperación fue más rápida. El desempeño relativamente

positivo de la economía brasileña fue facilitado por la expansión del consumo de los hogares, por las medidas implantadas por el gobierno y por el país estar más bien preparado que antes para enfrentarse a perturbaciones externas.

El turismo brasileño sufrió con la caída de la demanda proveniente de Europa y Estados Unidos, que sufrieron la crisis de forma más grave. El organismo nacional de turismo optó por concentrar sus esfuerzos de combate a la crisis en el turismo doméstico, favorecido por la buena condición del consumo de los hogares y por la depreciación del real durante los primeros meses de la crisis. Sin embargo, la ausencia de datos adecuados para medir el desempeño de este segmento perjudica la evaluación de la efectividad de esta estrategia. Las medidas implantadas por el Ministerio de Turismo brasileño, bastante restrictas si comparadas con el abanico de medidas implantadas por los demás países, parecen haber sido insuficientes para estimular los flujos turísticos al país, especialmente los provenientes del exterior. En este sentido, las previsiones oficiales de crecimiento de las llegadas de turistas internacionales a Brasil en los próximos años, animadas por los eventos deportivos que se realizaran en 2014 y 2016, parecen muy desafiantes si se tiene en cuenta el actual volumen de turistas recibidos por el país, su evolución reciente, la actuación del Ministerio de Turismo para estimular los flujos turísticos internacionales en la crisis y la situación de la economía mundial.

Los estudios académicos y profesionales apuntan los cambios provocados por la crisis en el comportamiento de los consumidores turísticos. El aumento de la sensibilidad a precios de turistas durante la crisis es el factor más importante. Los turistas buscan disminuir costes viajando menos, haciendo viajes más cortos, viajando a destinos más cercanos o conocidos, y buscando descuentos y ofertas de última hora. Por otro lado, se indica que turistas con intereses especiales, debido a su menor sensibilidad a precios, pueden mantener un nivel de consumo atractivo para destinos y organizaciones turísticas que trabajen con estos segmentos. En la literatura también se indican estrategias generales para responder a estos cambios en las pautas de consumo y aprovechar la supuesta oportunidad causada por la crisis para mejorar los servicios. Sin embargo, habría que verificar la adecuación de estas medidas en términos de resultados y de viabilidad de ejecución por el sector empresarial, formado en su mayoría por pequeñas y medianas empresas que tienen dificultades para superar la crisis.

Además de los impactos en la demanda y en los prestadores de servicios turísticos que más se comentan, la crisis genera otros tipos de efectos relacionados con el turismo. Son relevantes los impactos sociales causados por el aumento del desempleo en el sector, la disminución de los ingresos turísticos en localidades que dependen de la actividad, y la disminución de las remesas de inmigrantes que trabajan en empresas turísticas, para citar

algunos ejemplos. En el contexto medioambiental, la crisis tiende a provocar la disminución de la atención dada por gobiernos, empresas y consumidores a problemas en el medio ambiente, pues las atenciones están dirigidas hacia la recuperación económica. La generación de más impactos ambientales negativos puede perjudicar la continuidad a largo plazo de la actividad turística, y pone en cuestión la validez de las afirmaciones que se encuentran en la literatura sobre la recuperación turística basada en el respecto al medio ambiente. De otro lado, la crisis puede ser considerada una oportunidad para tratar problemas como el sistema energético y su dependencia de fuentes no renovables, y las emisiones de CO₂, cuestiones que afectan a toda la sociedad y en las cuales el sector turístico debe involucrarse plenamente.

Además, como ilustra el caso de Dubái, la crisis interrumpió una dinámica de desarrollo inmobiliario y turístico desenfrenado y especulativo, que generó impactos negativos en términos ambientales, sociales y económicos en los territorios afectados. El sector inmobiliario y de construcción creció enormemente antes de la crisis. Más aún, fue uno de sus impulsores. Su crecimiento animó la expansión de actividades relacionadas, como el turismo. La compra de viviendas en zonas turísticas destinadas al uso como segunda residencia o especulación fue uno de los motivadores de la burbuja inmobiliaria en Estados Unidos, en otras economías avanzadas, y en sitios como Dubái. El estallido de esta burbuja detonó la crisis financiera que posteriormente generó la crisis económica (de la Dehesa, 2009; Krugman, 2009; Stiglitz, 2010; Torres, 2009). Cuando el inmobiliario y la construcción entraron en crisis, arrastraron consigo los mismos sectores que con ellos se expandieron en el período anterior, como el turismo – y en algunos casos parcelas importantes de las economías nacionales, como en España. En este sentido, el caso Dubái es ilustrativo sobre las conexiones existentes el sector turístico y el sector inmobiliario y de la construcción, estos últimos mucho más debilitados por la contracción económica internacional que el turismo en sí. La crisis evidencia aún más las conexiones existentes entre los sectores inmobiliario y de construcción y el sector turístico, pues los efectos sobre uno de estos sectores contaminan el otro. En concreto, la disminución de la actividad en el sector inmobiliario y de construcción atrae menos turistas a los destinos, reduce el consumo en las empresas que les prestan servicios y motiva la suspensión de inversiones públicas y privadas en equipamientos directamente o indirectamente relacionados con la recepción de visitantes. A su vez, la reducción del flujo de visitantes en los destinos acentúa la contracción del mercado de segunda residencias – en el cual tienen gran interés los sectores inmobiliario y de la construcción –, pues la actividad turística crea mercado para la compra y el alquiler de estos inmuebles, además de realizar

acciones de marketing y de creación de imagen turística de la cual se aprovechan los desarrollos inmobiliarios.

5. ESTUDIO DE CASO: EL TURISMO EN RIO GRANDE DO NORTE EN EL CONTEXTO DE LA CRISIS ECONÓMICA INTERNACIONAL

5.1 Procedimientos metodológicos

5.1.1 Tipo de estudio

El estudio propuesto es empírico, de tipo exploratorio-descriptivo, pues pretende profundizar los conocimientos existentes sobre las relaciones entre crisis y turismo – aún poco estudiadas –, al mismo tiempo en que describe un caso real en que estas relaciones se manifiestan. Como estrategia de investigación se adopta el estudio de caso, que permite comprender un fenómeno social complejo (Yin, 2005), analizándose una situación concreta con un gran nivel de detalle. Este diseño metodológico es adecuado para investigar un fenómeno poco estudiado y reciente, sobre la cual hay pocos datos secundarios y análisis disponibles, como es el caso de la crisis económica de 2008, y.

El área objeto de estudio es el Estado brasileño de Rio Grande do Norte, en la región Nordeste del país. En lo que se refiere a su dimensión temporal, el estudio se concentra en fenómenos ocurridos particularmente en la década de 2000, teniendo como marco principal la crisis económica internacional de 2008, pero que tienen como base situaciones que se originan básicamente en la segunda mitad del siglo XX.

El estudio de caso puede ser dividido en dos investigaciones distintas, pero relacionadas. En la primera se hace una revisión, a partir de fuentes bibliográficas y documentales, de estudios e informaciones sobre el área objeto de estudios y factores relacionados con el tema investigado – la crisis económica internacional de 2008 y el turismo. Las fuentes bibliográficas utilizadas son libros y artículos académicos, e informes de proyectos de investigación relacionados con el tema. Las fuentes documentales son datos oficiales e informes de prensa publicados por organismos públicos, además de reportajes de prensa.

La segunda investigación que compone el estudio de caso es un levantamiento de datos primarios, en forma de encuesta, que visa obtener informaciones inéditas sobre el tema estudiado. La recolección de datos primarios tiene como uno de sus objetivos ampliar el conjunto de informaciones sobre los efectos de la crisis económica de 2008 y medidas de respuesta relacionados con el turismo en Rio Grande do Norte, de modo a verificar y expandir lo que ha sido identificado a través de la investigación bibliográfica y documental. Asimismo, están entre sus objetivos verificar en la práctica algunos planteamientos encontrados en los

trabajos teóricos revisados, y conocer las opiniones de los principales agentes del turismo en Rio Grande do Norte sobre las consecuencias de las crisis en el desarrollo del turismo en el Estado. La opción por este tipo de levantamiento se debe también a la ausencia de datos secundarios disponibles para realizar un análisis similar. Los detalles sobre esta investigación en particular son descritos en los próximos epígrafes.

5.1.2 Cuestionario

El cuestionario fue elaborado con base en la revisión teórica y en las informaciones obtenidas a través de la investigación bibliográfica y documental que compone el estudio de caso. El cuestionario fue elaborado en portugués, pero también se expone en este documento una traducción al español (véase los Anexos I e II).

El instrumento de recolección de datos está compuesto por cinco bloques de preguntas. Con el primer bloque se pretende conocer las impresiones generales de los entrevistados sobre los impactos de la crisis sobre la economía mundial, brasileña y de Rio Grande do Norte, y sobre el turismo brasileño y de Rio Grande do Norte. El bloque está formado por una única pregunta, en la cual hay cinco afirmaciones que los entrevistados deben valorar en una escala de Likert de cinco niveles, indicando su grado de acuerdo: “total desacuerdo”, “desacuerdo parcial”, “neutral”, “parcialmente de acuerdo”, “totalmente de acuerdo”. Las afirmaciones presentadas a los entrevistados en el cuestionario mezclan sentencias positivas y negativas, visándose evitar sesgos en la recolección de datos. El hecho de que una afirmación tenga una orientación positiva o negativa no tiene ninguna relación con la percepción del investigador sobre el tema.

El segundo bloque trata más específicamente de los efectos de la crisis sobre el turismo en Rio Grande do Norte. En la primera pregunta de este bloque – la pregunta 2 del cuestionario – se indican una serie de aspectos que pueden ser afectados negativa o positivamente por la crisis, en los siguientes grupos: turistas, prestadores de servicios turísticos, empleos, sector turístico-inmobiliario, gobierno, y medio ambiente y sociedad. Los entrevistados podrían indicar si hubo una variación positiva o negativa, o si hubo estabilidad, en una escala de cinco de niveles: “disminución grande”, “disminución pequeña”, “permaneció igual”, “aumento pequeño”, “aumento grande”. Además, a los entrevistados se les ofreció la posibilidad de añadir nuevos aspectos que podrían ser afectados, y sus respectivos grados de variación en la misma escala.

La tercera pregunta del cuestionario busca verificar cuáles fueron los sectores del turismo más perjudicados por la crisis. Se trata de una pregunta de respuesta múltiple, que admite hasta cinco respuestas.

La cuarta pregunta busca identificar el período en que ocurrieron los principales impactos de la crisis sobre el turismo en Rio Grande do Norte. Los entrevistados eran instruidos a indicar el mes y el año de inicio y de fin de estos impactos; además, se podía indicar que los efectos aún no habían cesado, y también la no existencia de efectos.

La quinta pregunta, la última del bloque B, contiene afirmaciones generales sobre los impactos. Se intenta contrastar los efectos positivos y negativos; comparar los efectos de estas crisis con los efectos sobre los Estados brasileños concurrentes en el turismo y con otras crisis; y verificar si se esperaba que la crisis pudiera afectar el turismo de Rio Grande do Norte. A los entrevistados se les solicitó indicar su nivel de acuerdo con las afirmaciones sobre estos temas, siguiendo la misma dinámica adoptada en la primera pregunta del cuestionario.

El objeto del bloque C son las medidas de respuesta contra los efectos de la crisis sobre el turismo en Rio Grande do Norte. La pregunta 6, la primera del bloque, contiene un extenso conjunto de medidas que podrían ser aplicadas, en las siguientes áreas: marketing, inversiones y oferta turística, medidas económicas, empleo, cooperación, y medio ambiente. A los entrevistados se les solicitó indicar aquellas medidas aplicadas por el gobierno estatal de Rio Grande do Norte a causa de la crisis, según su conocimiento u opinión.

Las preguntas siete y ocho son de respuesta abierta. En la pregunta siete se les indagan a los entrevistados sobre otras medidas aplicadas que sean conocidas por los entrevistados. En la octava pregunta se les da espacio para indicar otras medidas que en su opinión deberían implantarse, si consideran que aquellas implantadas no son suficientes.

En la última pregunta del bloque C, la nona del cuestionario, se busca principalmente hacer una evaluación de la medidas aplicadas por el gobierno estatal de Rio Grande do Norte y de la importancia de las medidas económicas del gobierno federal brasileño y de otros países. Se evalúa la atención en la crisis de los gobiernos municipales y estatal de Rio Grande do Norte, y del gobierno federal brasileño. La nona pregunta también incluye afirmaciones relativas a la cuestión cambial, a la opinión sobre el crecimiento del sector turístico-inmobiliario, y sobre la preparación del turismo de Rio Grande do Norte para esta y futuras crisis. La organización de la cuestión es idéntica a la empleada en la primera pregunta del cuestionario.

El bloque D contiene una pregunta, compuesta por tres afirmaciones, que deben ser valoradas de la misma manera que en la primera pregunta. Las dos primeras afirmaciones solicitan una valoración sobre el desarrollo del turismo en Rio Grande do Norte antes y después de la crisis. La tercera busca captar de forma sintética la percepción sobre los impactos de la crisis y las medidas de respuestas implantadas.

Por fin, el bloque E permite a los entrevistados hacer otros comentarios y observaciones que consideren relevantes.

Además de la versión para impresión en papel, debido al tamaño y a la composición del cuestionario, que contiene diversas afirmaciones que deben ser valoradas, fue elaborada una versión electrónica para el software Microsoft Word, lo que ofrece a los entrevistados más flexibilidad para elegir el momento de contestarlo y reduce su tiempo de dedicación a la investigación, resultando en una mayor probabilidad de que acepten participar. Las dos versiones del cuestionario son idénticas en su contenido y forma, diferenciándose solamente por la existencia de espacios específicos en la versión electrónica para que los entrevistados inserten sus respuestas a través del teclado o del ratón del ordenador.

El cuestionario fue inspirado en un instrumento similar elaborado por profesores de la Universidad de Alicante en el ámbito del proyecto *Causas y consecuencias de la globalización del turismo de segunda residencia: del mediterráneo español al litoral nordestino brasileño*, en una investigación con empresarios españoles que invirtieron en este segmento turístico en Rio Grande do Norte, aún no publicada, en el cual este investigador estuvo involucrado.

5.1.3 Muestreo

El levantamiento de datos se basa en un muestreo no probabilístico por juicio (Malhotra, 2004; Miller, 1991), lo que significa que los resultados obtenidos son representativos únicamente del propio grupo investigado, y que los participantes de la muestra fueron elegidos con base en el juicio del investigador por presentar características de interés al estudio, cuales sean, su profundo conocimiento sobre el turismo en Rio Grande do Norte y su papel de representantes de diferentes subsectores y colectivos del turismo estatal.

El universo de investigación está compuesto por entidades representativas y significativas relacionadas con el turismo en Rio Grande do Norte. Son ellas asociaciones y sindicatos empresariales; sindicatos profesionales; organismos de la administración pública; organizaciones no gubernamentales; universidades, facultades y promotoras de cursos de formación en turismo; prestadores de servicios turísticos; y consultoras. La utilización de las

percepciones de entidades representativas de los destinos turísticos para analizar impactos de crisis sobre el sector y medidas de respuesta es común en la literatura (de Sausmarez, 2004, 2007a, 2007b; Faulkner y Vikulov, 2001; Henderson, 1999a).

La base de la muestra inicial, presentada en la Tabla 9, fue formada por las entidades miembros del Consejo Estatal de Turismo de Rio Grande do Norte (Conetur) y del Consejo del Polo Costa das Dunas, del Prodetur. Ambos son organismos consultivos; el primero de ámbito estatal, el segundo referente al área donde se desarrollan las acciones del Prodetur en Rio Grande do Norte. El Conetur tiene 35 miembros¹², de los cuales ocho fueron excluidos de la muestra por su irrelevancia al tema de la investigación, restando 27 entidades. A su vez, el Consejo del Polo Costa das Dunas tiene 36 miembros (Banco do Nordeste, 2010), de los cuales siete fueron eliminados de la muestra por los mismos motivos, permaneciendo 29 entidades. En total 42 entidades fueron incluidas en la muestra por pertenecer a al menos uno de estos dos consejos, considerando que 14 entidades están representadas en ambos consejos.

Además, se incluyen en la muestra inicial otras entidades relevantes para el tema de la investigación pero que no participan en estos consejos. Son otras 16 entidades, incluyéndose otras entidades representativas directa o indirectamente relacionadas con el turismo, sindicatos y asociaciones del sector inmobiliario, aerolíneas, consultoras, un grupo de investigación y una entidad público-privada que imparte cursos de formación en turismo. Hay un caso en que una misma persona representa dos entidades, y se intentó realizar solamente una entrevista con esta persona. En total, se compuso una muestra inicial de 58 elementos (Tabla 9), de las cuales se obtuvieron 25 entrevistas válidas, a través de los métodos expuestos en el siguiente apartado.

¹² Con base en un listado oficial proporcionado por la secretaría ejecutiva del Conetur en septiembre de 2010.

Tabla 9***Entidades de la muestra inicial de la investigación primaria***

Tipo de entidad	Entidad^a	Motivo de la
Banco público	Banco del Nordeste	Conetur; CPCdD
Banco público	Caja Económica Federal	Conetur
Consultora	Consultor Paulo Gaudenzi	Relevancia
Consultora	Start Investigación y Consultoría Técnica	Relevancia
Entidad de representación empresarial	ABAV - Asociación Brasileña de Agencias de Viajes de RN	Conetur; CPCdD
Entidad de representación empresarial	ABEOC - Asociación Brasileña de las Empresas de Eventos de RN	Conetur
Entidad de representación empresarial	ABIH - Asociación Brasileña de la Indústria Hotelera de RN	Conetur; CPCdD
Entidad de representación empresarial	ABRASEL - Asociación Brasileña de Bares y Restaurantes de RN	Conetur; CPCdD
Entidad de representación empresarial	ALNORTE - Asociación de Empresarios de Turismo del Litoral Norte de RN	CPCdD
Entidad de representación empresarial	ASHTEP - Asociación de Hoteles de Tibau do Sul y Pipa	Conetur
Entidad de representación empresarial	Asociación del Polo Turístico de Vía Costera	Conetur
Entidad de representación empresarial	FCDL - Federación de las Cámaras de Dirigentes del Comercio de RN	Conetur
Entidad de representación empresarial	FECOMERCIO - Federación del Comercio de Bienes, Servicios y Turismo de RN	Conetur; CPCdD
Entidad de representación empresarial	FIERN - Federación de las Industrias del Estado de RN	Relevancia
Entidad de representación empresarial	Oficina de Congresos de Natal	Conetur; CPCdD
Entidad de representación empresarial	SEBRAE - Servicio de Apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas de RN	Conetur; CPCdD
Entidad de representación empresarial	SECOVI - Sindicato de Empresas de Locación y Administración de Inmuebles de RN	Relevancia
Entidad de representación empresarial	SHRBS - Sindicato de Hoteles, Restaurantes, Bares y Similares de RN	Conetur
Entidad de representación empresarial	SINDETUR - Sindicato de Empresas de Turismo en el Estado de RN	Conetur; CPCdD
Entidad de representación empresarial	SINDLOC - Sindicato de Empresas de Alquiler de Coches de RN	Relevancia
Entidad de representación empresarial	SINDUSCON - Sindicato de la Industria de la Construcción de RN	Relevancia

Entidad de representación empresarial y profesional	ABES - Asociación Brasileña de Ingeniería Sanitaria y Ambiental	CPCdD
Entidad de representación profesional	ABRAJET - Asociación Brasileña de Periodistas de Turismo de RN	Conetur; CPCdD
Entidad de representación profesional	COOPBUGGY - Cooperativa de Transportes y Servicios Relacionados de RN	Relevancia
Entidad de representación profesional	CRECI/RN - Consejo Regional de Agentes Inmobiliarios de la Región 17	Relevancia
Entidad de representación profesional	SINDBUGGY - Sindicato de Conductores Profesionales de Buggys de RN	Conetur
Entidad de representación profesional	Sindicato de los Conductores Autónomos de Vehículos de Carretera y Taxis de RN	Relevancia
Entidad de representación profesional	SINGTUR - Sindicato de los Guías de Turismo de RN	Conetur
Formación e investigación	FCC - Facultad Cámara Cascudo	Conetur
Formación e investigación	FORNATUR - Foro Nacional de los Cursos Superiores de Turismo y Hotelería	Conetur
Formación e investigación	IFRN - Instituto Federal de Educación, Ciencia y Tecnología de RN	Conetur
Formación e investigación	Observatorio de la Metrópoli - Región Metropolitana de Natal	Relevancia
Formación e investigación	SENAC - Servicio Nacional de Aprendizaje Comercial de RN	Relevancia
Formación e investigación	UERN - Universidad del Estado de RN	CPCdD
Formación e investigación	UFRN - Universidad Federal de RN	CPCdD
Formación e investigación	UNP - Universidad Potiguar	CPCdD
Organismo público estatal	EMPROTUR - Empresa Potiguar de Promoción Turística	Conetur
Organismo público estatal	IDEMA - Instituto de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente de RN	Conetur; CPCdD
Organismo público estatal	Prodetur/RN - Programa de Acción para el Desarrollo del Turismo de RN	Relevancia
Organismo público estatal	Secretaría de Estado de Turismo de RN	Conetur; CPCdD
Organismo público federal	Infraero	Conetur
Organismo público municipal	Ayuntamiento de Baía Formosa	CPCdD
Organismo público municipal	Ayuntamiento de Ceará-Mirim	CPCdD
Organismo público municipal	Ayuntamiento de Extremoz	CPCdD
Organismo público municipal	Ayuntamiento de Natal	Conetur; CPCdD

Organismo público municipal	Ayuntamiento de Nísia Floresta	CPCdD
Organismo público municipal	Ayuntamiento de São Miguel do Gostoso	CPCdD
Organismo público municipal	Ayuntamiento de Tibau do Sul	Conetur; CPCdD
Organismo público municipal	Ayuntamiento de Touros	CPCdD
Organización no gubernamental	Instituto de Innovación y Sostenibilidad	CPCdD
Organización no gubernamental	Instituto FAL de Educación, Cultura, Medio Ambiente y Artes	CPCdD
Organización no gubernamental	ONG Oceánica - Investigación, Educación y Conservación	CPCdD
Organización no gubernamental	Proyecto Otro Turismo Sucede - Asociación Zuzu Angel	Relevancia
Organización no gubernamental	Responsabilidad Social Puesta en Práctica - RESPUESTA	Conetur; CPCdD
Prestador de servicios turísticos	COOHOTUR - Cooperativa de Desarrollo de la Actividad Hotelera y Turística	CPCdD
Prestador de servicios turísticos	GOL Líneas Aéreas	Relevancia
Prestador de servicios turísticos	TAM Líneas Aéreas	Relevancia
Prestador de servicios turísticos	TAP Portugal	Relevancia

Nota. Fuente: Elaboración propia.

^a En el Anexo III se presentan los nombres originales de estas entidades, en portugués. RN, en el nombre de algunas entidades, es la sigla utilizada oficialmente en Brasil para Rio Grande do Norte.

^b CPCdD significa Consejo del Pólo Costa das Dunas.

5.1.4 Recolección, procesamiento y análisis de los datos

Tras elaborar el listado de entidades integrantes de la muestra inicial, se identificaron los datos de contacto y nombres de personas que podrían contestar a la entrevista. Fueron utilizadas los datos del listado de miembros del Conetur y realizadas búsquedas en internet para identificar las informaciones necesarias.

Todos los 58 elementos de la muestra fueron contactados. El primer contacto se hizo a través de un correo electrónico, que contenía un texto de presentación de la investigación y, en adjunto, la versión electrónica del cuestionario. Además del contacto inicial por correo electrónico, fueron realizados contactos complementares por este mismo medio y por teléfono. Se les ofreció a los entrevistados la posibilidad de realizar la entrevista por vía telefónica o la cesión de las respuestas a través del cuestionario electrónico. Ambas formas fueron utilizadas.

La recolección de datos tuvo una duración total de cinco semanas (entre octubre y noviembre de 2010), cuando se la consideró finalizada por no haber más perspectivas de realización de entrevistas adicionales. En total se realizaron 25 entrevistas, como se ha mencionado.

Los datos recolectados en los cuestionarios fueron insertados en un banco de datos y trabajados a través del *software* SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), versión 17.

El análisis de los datos recolectados es descriptivo. Los análisis de las afirmaciones o variables valoradas en escalas de cinco categorías se realizan con base en las medias obtenidas, y el porcentaje de respuestas dadas a las categorías de desacuerdo, neutral y acuerdo (o, en la cuestión 2, disminución, estabilidad y aumento). Las preguntas de respuesta única o múltiple se analizan con base en sus frecuencias relativas. Los resultados calculados están presentados en diferentes tablas.

5.2 Contextualización

El Nordeste brasileiro es una de las regiones más pobres del país, con graves problemas sociales, económicos y de infraestructura. Gracias a la presencia en su territorio de recursos naturales con interesante potencial turístico – con destaque para sus playas y su clima cálido –, en las últimas décadas el turismo ha sido elegido una de las actividades económicas prioritarias de la región.

Tradicional destino de viajes de media y larga duración de los brasileños (su mayor mercado emisor de turistas es la región Sudeste del país), el Nordeste en los últimos años ha experimentado un importante crecimiento de las llegadas de turistas extranjeros. Las inversiones públicas en infraestructura realizadas en el ámbito de un amplio programa iniciado en los años 1990 – el Prodetur, Programa de Desarrollo del Turismo en el Nordeste – son un punto de inflexión en la historia del desarrollo turístico de la región. El programa proporcionó diversas mejoras en el acceso aéreo y terrestre y en la infraestructura urbana de los destinos turísticos, lo que permitió el aumento de las llegadas de turistas extranjeros y nacionales, y condiciones más atractivas para la realización de inversiones privadas.

En los años 2000, la expansión del turismo en la región ganó fuerte impulso debido al aumento de la presencia de extranjeros, en el papel de turistas, inversores individuales e inversores empresariales. Estimulados por la mejora de las condiciones de los destinos, sus atractivos turísticos, los bajos precios en comparación con destinos de países de economías avanzadas, y por una coyuntura económica internacional favorable, el Nordeste pasó, con apoyo de sus gobernantes, por una fase de fuerte aumento de la construcción de equipamientos turísticos como hoteles, apartamentos turísticos, apartoteles, viviendas para uso ocasional y centros turísticos integrados de hoteles y viviendas.

Rio Grande do Norte es uno de los Estados que forman la región Nordeste, y está entre los que más han apostado por el turismo – aunque todavía no haya llegado a la misma situación de Estados como Bahía y Pernambuco, que invierten hace más tiempo y con más recursos en el sector. Gracias a la mayor proximidad a Europa en comparación con los Estados vecinos, la amplia oferta de suelo disponible para construcción, y sus recursos naturales, Rio Grande de Norte fue uno de los Estados donde el turismo más se ha expandido en la década de 2000.

Uno de los principales factores que justifican tal crecimiento es la asociación entre la actividad turística y el sector inmobiliario. En el período, hubo un aumento importante de la adquisición de viviendas por extranjeros, para uso privado como segunda residencia, con fin de inversión, o mixto (a través del alquiler en determinadas épocas del año y uso privado en otros).

Sin embargo, la crisis económica y financiera internacional de finales de la década de 2000 parece haber modificado, al menos parcialmente, la dinámica del crecimiento de las inversiones relacionadas con el turismo en el Nordeste. El cambio en el panorama económico

mundial restringió la financiación y la demanda por turismo y viviendas en la región, compuesta principalmente por europeos, que fueron unos de los más afectados por la crisis.

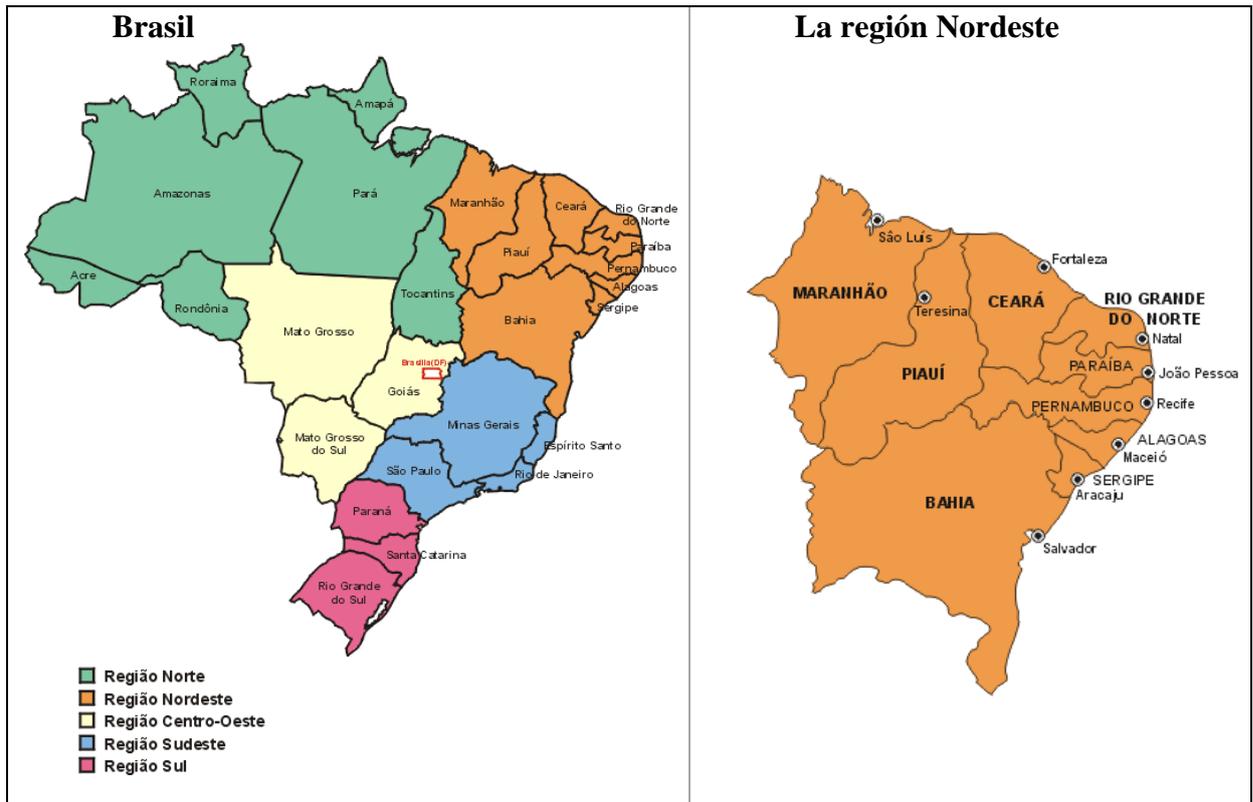
En este contexto, es importante intentar comprender cómo la crisis económica internacional de finales de los años 2000 impactó la actividad turística en el Nordeste. El estudio se centrará en el caso de Rio Grande do Norte, por ser uno de los Estados de la región que más ha invertido en el turismo, y en el cual el fenómeno turístico-inmobiliario, muy vinculado a la crisis económica reciente, más se desarrolló.

En este capítulo se presenta una caracterización económica y social de la región Nordeste y de Rio Grande do Norte en particular. Se exponen los principales elementos que definen la expansión del sector turístico en la región de estudio en las últimas décadas, particularmente en los últimos años antes de la crisis. Por fin, con base en fuentes de datos secundarios, se ofrecen algunas evidencias de los impactos de la crisis en el turismo de Rio Grande do Norte.

5.3 Caracterización socioeconómica de Rio Grande do Norte

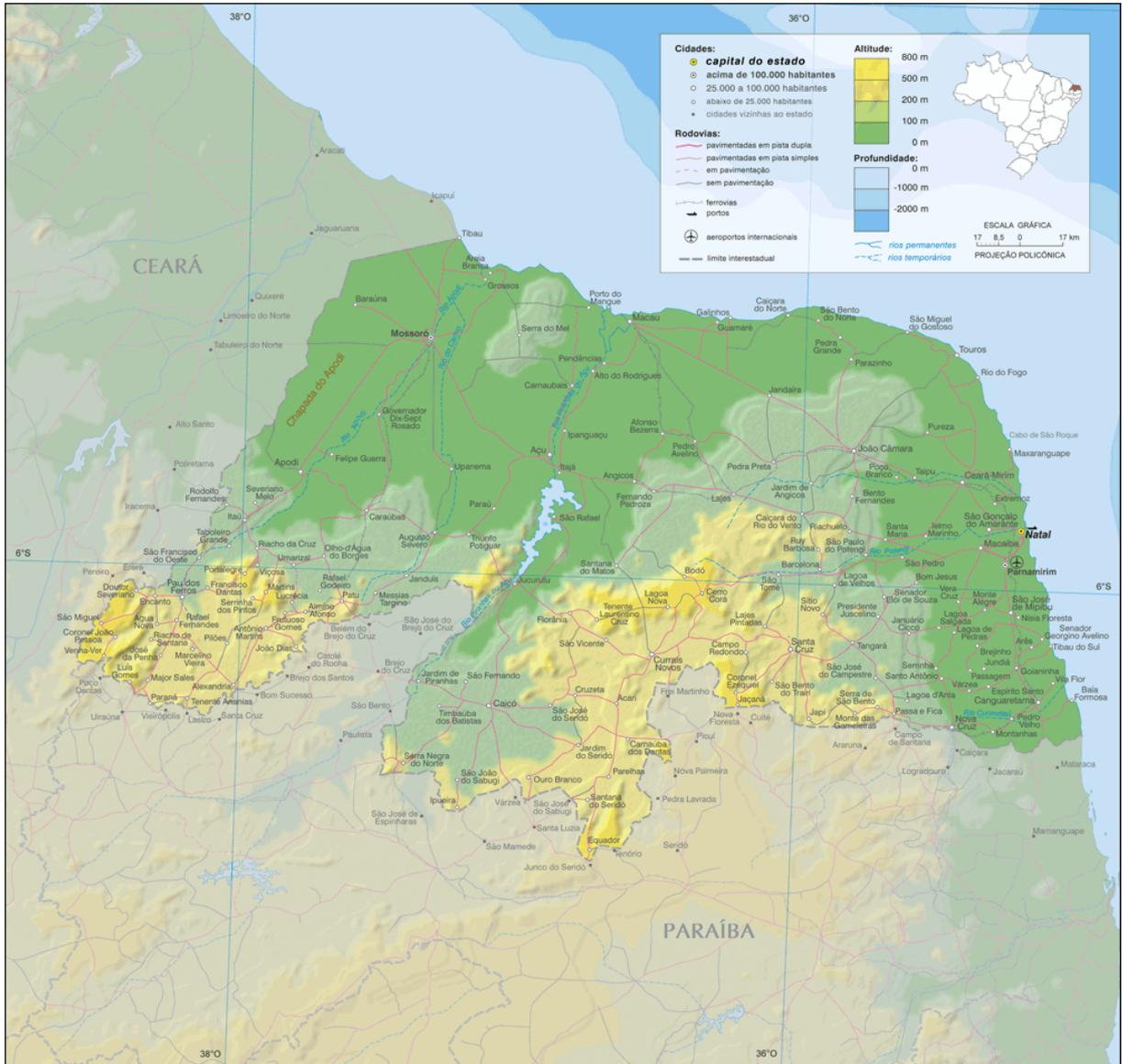
El Estado de Rio Grande do Norte es uno de los nueve Estados que componen la región Nordeste de Brasil. En la Figura 10 se presenta la posición geográfica de la región en Brasil y los Estados que la componen, y en la Figura 11 el Estado de Rio Grande do Norte. Dicha región es emblemática en lo que se refiere a las desigualdades socioeconómicas de Brasil. Al mismo tiempo que alberga importantes metrópolis como Salvador (Estado de Bahía) y Recife (Estado de Pernambuco), hay muchos municipios que están entre los más pobres del país. Las políticas que se han implantado desde hace varias décadas no lograron solucionar los graves problemas estructurales existentes. Algunos aspectos característicos de la problemática de la región son la concentración de poder y renta en una diminuta parcela de la población; las condiciones naturales adversas en la zona interior de su territorio, con períodos de graves sequías; la precariedad de los servicios públicos en términos de infraestructuras, políticas urbanas, sanidad y educación; el menor dinamismo económico en comparación con otras regiones del país; y la pobreza.

Figura 10. Brasil y la Región Nordeste



Nota. Fuente: IBGE (s.f.).

Figura 11. Rio Grande do Norte



Nota. Fuente: IBGE (s.f.).

Los indicadores sociales y económicos de la región son reveladores de esta situación adversa. En la Tabla 10 se presentan algunos de estos indicadores, para Rio Grande do Norte, el Nordeste y Brasil. En 2007 vivían en el Nordeste 51,5 millones de personas, lo que representa un 28% de la población del país (184 millones), siendo la segunda mayor región en este aspecto. En el mismo año su economía representaba solamente un 13,1% del total del país, superada por el Sudeste (56,4%) y por el Sur (16,6%) (IBGE, 2009a). Tal disparidad se

refleja en su PIB per cápita de R\$ 6,7 mil anuales, el peor del país, contra una media nacional de R\$ 14,5 mil¹³.

En cuanto a Rio Grande do Norte, sus cerca de 3 millones de habitantes en 2007 representan un 1,6% del total nacional y un 5,8% del Nordeste. A su vez, el PIB estatal representa solamente el 0,9% del PIB brasileño, y 6,9% del regional, revelando una importancia económica relativamente menor a nivel nacional, pero superior en términos regionales, comparándose con la participación relativa de la población. Hay una ligera tendencia de crecimiento de la participación en la economía regional, que era de un 6,3% en 2003. Su PIB per cápita de R\$ 7,6 mil es superior al valor regional, pero es solamente un 53% del valor nacional.

Rio Grande do Norte tiene 1,6% de la población del país, pero solamente 0,9% del PIB nacional. Entre los años 2004 y 2007, Rio Grande do Norte registró el segundo mayor crecimiento medio del PIB a precios constantes de 2000 entre los Estados del Nordeste, un 7,4%, frente a un 5,9% en la región (Ipeadata, 2010a). Las principales actividades que contribuyeron al valor añadido bruto del Estado en 2007 fueron la administración, la sanidad y la educación públicas (27,5%) y el comercio y servicios de mantenimiento y reparación (14,2%). Aunque el nivel de precios más bajo en el Nordeste que en las demás regiones del país, la renta mensual media de los hogares de Rio Grande do Norte (R\$ 1485) es inferior a la media nacional (R\$ 1940), y superior a la de la región (R\$ 1279). Situación similar se verifica en la proporción de hogares que cobran hasta 1 salario mínimo mensual¹⁴: frente a un 12,2% en el total del país y un 23,8% en la región, un 18,7% de los hogares de Rio Grande do Norte están en esta condición. El coeficiente de Gini referente a la distribución de la renta en Rio Grande do Norte presenta un valor superior al regional y al nacional, indicando una mayor desigualdad en la distribución de la renta en el Estado, pese a la situación socioeconómica en media mejor que la regional.

El Índice de Desarrollo Humano (IDH) permite ampliar, frente a los datos del PIB, el retrato sobre las condiciones socioeconómicas de Rio Grande do Norte. En 2005 el Estado tenía un IDH de 0,738, lo que le confería la posición 21 en el país, y la tercera en el Nordeste¹⁵. Otros indicadores contribuyen a la evaluación de la situación socioeconómica de

¹³ Tipo de cambio medio de Brasil en los últimos años, con base en valores diarios (R\$ / €) – 2007: 2,66; 2008: 2,67; 2009: 2,77; 2010 hasta noviembre: 2,34 (Ipeadata, 2010b).

¹⁴ El salario mínimo en Brasil era de R\$ 380 a finales de 2007.

¹⁵ Los estados del Nordeste tienen los peores resultados entre todos los estados brasileños.

la región. En lo que se refiere a la educación, la tasa de analfabetismo en Rio Grande do Norte y en la región Nordeste duplica el valor nacional (un 20% en Rio Grande do Norte frente a un 10% en Brasil). La media de años de estudios de las personas con 25 años o más de edad también es inferior en el Estado y en la región. Dos indicadores de sanidad y longevidad refuerzan el retrato de la desigualdad entre el Nordeste y el total del país: la tasa de mortalidad infantil en Rio Grande do Norte (33,5‰) es diez puntos superior a la tasa nacional; asimismo, en comparación con la media brasileña, la esperanza de vida al nacer en Rio Grande do Norte es poco más de dos años menor, y casi tres años menor en el Nordeste.

El acceso de los hogares a servicios públicos de energía eléctrica, recogida de residuos, abastecimiento de agua y red de alcantarillado es un indicador de la infraestructura existente, e influyen en las condiciones de sanidad y de calidad de vida de la población. En este aspecto, frente a los indicadores del país y de la región, Rio Grande do Norte presenta resultado fuertemente negativo solamente en el acceso de los hogares a la red de alcantarillado (un 18% ante un 32% en el Nordeste y un 52% en Brasil), mientras que en los demás aspectos tiene resultados bastante próximos al total brasileño.

Estos indicadores revelan, primeramente, la enormemente desfavorable situación del Nordeste brasileño frente a los resultados para el total del país. Cuanto a Rio Grande do Norte, su situación en términos de los indicadores socioeconómicos seleccionados es similar a la de la región, siendo ligeramente superior en la mayoría de los aspectos considerados. Los programas de ayudas económicas promovidos por el gobierno brasileño en los últimos años, en los cuales se destaca el *Bolsa Família*, que distribuye hasta R\$ 200 reales para familias que cobran hasta R\$ 140 reales per cápita mensuales, son una tentativa de disminuir la pobreza en Brasil. El Nordeste era en 2006 la región con más hogares beneficiados por los programas de ayudas económicas, con un 35,9% (en Rio Grande do Norte son un 33,5%), frente al 18,3% del total nacional.

Tabla 10
Indicadores socioeconómicos seleccionados de Rio Grande do Norte

Variable	RN	Nordeste	Brasil
Población			
Población (millones) - 2007	3,0	51,5	184,0
Población (% del total) - 2007	1,6	28,0	100,0
Economía			
Cuota del PIB brasileño (%) - 2007	0,9	13,1	100,0
PIB per cápita (R\$ mil) - 2007	7,6	6,7	14,5
Renta media mensual de los hogares (R\$)	1485	1279	1940
Renta mensual de hasta 1 salario mínimo (% de hogares)	18,7	23,8	12,2
Ayudas económicas de programas sociales del gobierno (% de hogares atendidos)	33,5	35,9	18,3
Desarrollo y desigualdad			
Índice de Desarrollo Humano - 2005	0,738	0,720	0,794
Coficiente de Gini - 2007	0,550	0,540	0,534
Educación			
Tasa de analfabetismo (%) ^b	20,0	19,4	10,0
Media de años de estudio ^c	5,9	5,7	7,0
Longevidad			
Tasa de mortalidad infantil (‰)	33,5	34,4	23,6
Esperanza de vida al nacer (años)	70,8	70,1	73,0
Servicios públicos en los hogares^a			
Red de abastecimiento de agua	85	74	82
Red de alcantarillado	18	32	52
Recogida de basura	84	75	88
Iluminación eléctrica	99	97	99

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IBGE (2007, 2009a, 2009b, 2010b) y de CEPAL, PNUD, y OIT (2008). RN es la sigla oficial utilizada en Brasil para Rio Grande do Norte. Cuando no indicado, los datos se refieren al año de 2008.

^a Hogares con acceso al servicio (%)

^b Personas con 15 o más años de edad.

^c Personas con 25 o más años de edad.

5.4 La opción por el turismo y las políticas de estímulo al sector

El turismo está considerado por los gobiernos estatales una actividad prioritaria para el Nordeste, con base en la suposición de que puede contribuir a la disminución de los problemas económicos y sociales de la región, y su menor nivel de desarrollo en comparación con las demás regiones del país. La base para el desarrollo turístico del Nordeste, desde su inicio, son sus recursos naturales, fundamentalmente las playas y el clima caliente.

Las políticas de estímulo al turismo en el Nordeste de Brasil se iniciaron en los años 1970, a partir de políticas gubernamentales de nivel federal (Cruz, 2000; Silva y Fonseca, 2010). En la década de 1980 el fuerte descenso de la actividad industrial en la región abre espacio para el crecimiento de la actividad turística (Ferreira y Silva, 2007). Desde finales de la década anterior ya se desarrollaban proyectos dentro de lo que Cruz (2000) llama “política de megaproyectos”, que tenía como objetivo aumentar la oferta hotelera de la región, considerada una de las principales deficiencias del turismo regional. Esta política se basaba en la oferta de incentivos fiscales y financieros para la construcción de equipamientos turísticos en el litoral de la región, principalmente hoteles.

En Rio Grande do Norte la política de megaproyectos fue el marco en que se desarrolló el proyecto *Parque das Dunas-Via Costeira*. En un tramo de 8,5 kilómetros de la capital del Estado (Natal), el poder público construyó una carretera entre el mar y las dunas, y ofreció incentivos financieros para la adquisición de terrenos para la construcción de los hoteles a pie de playa, e incentivos fiscales para su operación tras el comienzo de las actividades. Los primeros hoteles fueron inaugurados a mediados de la década de 1980 (Cruz, 2000). Fonseca (2005) indica que el proyecto Parque das Dunas-Via Costeira fue primordial para el turismo del Estado, pues a partir de entonces la actividad ganó relevancia en la economía y en las políticas estatales, y permitió atraer a turistas e inversores nacionales para el litoral oriental de Rio Grande do Norte.

En 1994 se inició en la región el principal programa de estímulo al turismo ya implantado en Brasil, el Prodetur. Este programa fue resultado de la actuación conjunta de los Estados de la región, del gobierno federal brasileño y del Banco Interamericano de Desarrollo - BID, que prestó los recursos financieros, con intermediación realizada por el Banco del Nordeste, un banco público federal de desarrollo regional.

El programa actualmente está en una tercera fase de ejecución. En su primera fase, las acciones se concentraron en disminuir los problemas de infraestructura que impedían el crecimiento del turismo en el Nordeste, en polos turísticos elegidos por los propios Estados de la región. Fueron aplicados cerca de US\$ 625 millones de dólares¹⁶, considerando los recursos del BID y la contrapartida de Estados y municipios, hasta la mitad del año 2005, destinados a la reforma y construcción de aeropuertos (36% del valor total) y carreteras (23%), a la implantación y mejoría de sistemas de saneamiento (26%), a la protección y recuperación

¹⁶ Sin considerar costes financieros y administrativos.

ambiental (3%), a la recuperación del patrimonio histórico (7%), al desarrollo institucional (3%) y a la realización de estudios y proyectos (2%) (Banco do Nordeste, 2006). Las acciones emprendidas facilitarían el acceso de los visitantes a diversos espacios turísticos o potencialmente turísticos del litoral de la región, al mismo tiempo que permitirían atraer inversiones privadas.

En 2006 se inició la segunda etapa del Prodetur. Después de apoyar la construcción de las principales infraestructuras necesarias al turismo en la región, el programa pasó a ofrecer soporte a acciones de consolidación de la actividad (Dantas, Souza, Ferreira, Clementino, y Corso, 2009). Tres grupos principales de acciones podrían ser financiadas (Banco do Nordeste, s.f. b): fortalecimiento de la capacidad municipal para la gestión del turismo; planificación estratégica, formación e infraestructura; y promoción de inversiones privadas a través de formación y consultoría técnica. En total se preveía el desembolso de US\$ 400 millones, siendo US\$ 240 millones del BID y US\$ 160 millones en contrapartida de Estados y municipios.

Catorce polos turísticos del Nordeste fueron incluidos en el programa. Cada polo debería elaborar o actualizar su plan de desarrollo turístico, que orientaba la aplicación de los recursos financieros. A finales de 2009 se realizaron los últimos desembolsos de recursos. Diversas obras aún están en ejecución en el segundo semestre de 2010 (Banco do Nordeste, 2009).

La tercera fase del programa, conocida como Prodetur Nacional, y aún en estado inicial de desarrollo, es una iniciativa promovida por el Ministerio de Turismo de Brasil, y amplía a todos los Estados del país y a los municipios con más de un millón de habitantes la posibilidad de obtener crédito del BID.

En Rio Grande do Norte, las acciones del Prodetur en sus dos primeras fases se realizaron en un conjunto de 18 municipios denominado *Pólo das Dunas* (Polo de las Dunas). La casi totalidad de estos municipios están en el litoral del Estado, particularmente en su porción oriental, principal zona turística estatal. El área del polo comprende cerca de 200 kilómetros del litoral de Rio Grande do Norte. Entre los municipios elegidos están Natal, principal destino y puerta de entrada a los demás, y Tibau do Sul, donde está la Playa de Pipa, segundo destino turístico estatal, y de los pocos que funciona independiente de Natal. La porción del litoral que incluye Natal y la zona al sur de la capital, incluyéndose Tibau do Sul, concentra la mayor parte del movimiento de turistas. Los principales atractivos turísticos del

polo son playas, lagunas, sistemas de dunas, acantilados y áreas de reserva natural (Banco do Nordeste, s.f. a; Fonseca, 2005).

En la primera fase del Programa las acciones se concentraron en el tramo del litoral que incluye los municipios de Ceará-Mirim, Extremoz (situados al norte de la capital), Natal, Parnamirim, Nísia Floresta y Tibau do Sul (los tres últimos al sur de la capital) (Cruz, 2000; Fonseca, 2005). El Estado aplicó, entre 1996 y 2001, cerca de US\$ 38,240 millones en dicha fase, lo que corresponde a un 6% del total, siendo el sexto mayor Estado de la región en este quesito. Los componentes que más recibieron recursos en la primera fase del Prodetur en Rio Grande do Norte fueron el aeropuerto internacional (un 56% del valor invertido en el Estado), carreteras que comunicaban localidades en el litoral sur del Estado (20%), y obras de saneamiento, urbanización y pavimentación en la ciudad de Natal (14%) (Dantas et al., 1999; Fonseca, 2005).

En la segunda fase del Prodetur, Rio Grande do Norte contrató un préstamo en el valor de US\$ 21,3 millones, sin contar su contrapartida. El Banco do Nordeste informa en su página web, a mediados de 2010, que fueron concluidas acciones de elaboración de la base cartográfica del polo, implantación de la señalización turística del polo, y recuperación de áreas degradadas próximas a carreteras. Estaban en ejecución acciones de capacitación empresarial y profesional, implantación de sistema de alcantarillado en cuatro localidades, y obras en carreteras en Tibau do Sul (Banco do Nordeste, 2009).

Todavía no hay una evaluación oficial cuantitativa de los efectos de la segunda fase del programa. Sobre la primera fase, un informe del Banco do Nordeste (Banco do Nordeste, 2005) indica que el flujo turístico receptor de la región creció un 126,5% entre 1996 y 2004. Específicamente sobre los turistas extranjeros el crecimiento fue de un 246,1% en el mismo período, pasando del 15,6% a un 30,6% su cuota en el flujo total del Nordeste. El crecimiento de los ingresos turísticos provenientes de turistas internacionales fue menor, llegando a un 54%. La parcela de población de la región ocupada en el turismo aumentó un 5,2% entre 1992 y 2001, ante incremento de un 4,6% en el resto del país. Específicamente cuanto a Rio Grande do Norte, el flujo turístico creció un 127,3% (el flujo nacional aumentó un 113,7% y el internacional un 544,4%); los ingresos aumentaron un 36,1%; y las empresas de alojamiento crecieron un 84,9%. Estos datos muestran que el crecimiento de las llegadas de turistas fue bastante superior al de ingresos y empleos, probablemente debido a la masificación del turismo en la región, lo que causó el aumento del número de turistas en proporción mayor que las otras dos variables.

El Prodetur ejerció un papel fundamental en el desarrollo turístico de la región Nordeste de Brasil (Assis, 2009; Cruz, 2000; Dantas et al., 2009; Ferreira y Silva, 2007; Fonseca, 2005; Silva y Ferreira, 2007; Taveira y Fonseca, 2009). La primera fase del programa, en particular, marca un momento importante en el desarrollo turístico de la región y de Rio Grande do Norte. Las inversiones realizadas permitieron aumentar gradualmente la llegada de turistas extranjeros. El aumento de la demanda permitió ampliar la oferta de vuelos, lo que disminuyó los precios de los billetes. En conjunto con el incremento de las acciones promocionales, el Nordeste ganó notoriedad en el mercado turístico europeo. Tal situación despertó el interés de inversores nacionales e internacionales por la región, cuando antes eran básicamente inversores locales. Las inversiones en nuevas infraestructuras, ofertas y servicios atrajeron a nuevos contingentes de demanda, que a su vez estimularon nuevas inversiones. La mejora de los aeropuertos permitió el aumento de la cantidad de vuelos desde Europa, con crecimiento de la llegada de vuelos chárter y establecimiento de algunos vuelos regulares (Assis, 2009; Dantas et al., 2009; Canteras, Vasques, y Moura, 2007). El sector hotelero fue especialmente beneficiado, con inversiones en unidades de diversos tamaños, en algunos casos bajo la responsabilidad de cadenas hoteleras internacionales (Taveira y Fonseca, 2009). Asimismo, esta situación provocó el aumento de la procura de viviendas y pisos para uso como segunda residencia, o incluso primera residencia, por extranjeros (Ferreira y Silva, 2007; Silva y Ferreira, 2007). La menor distancia relativa del Nordeste, y de Rio Grande do Norte en particular, con relación a Europa¹⁷, si comparada con otras regiones de Brasil, es un factor importante en este aspecto, así como el aumento de la oferta de vuelos y la mejoría de las condiciones de transporte terrestre. La internacionalización del turismo de la región fue uno de los objetivos de las políticas de megaproyectos y del Prodetur (Cruz, 2000), y estos resultados generales demuestran que se logró este objetivo.

5.5 El período anterior a la crisis económica internacional: la asociación entre el turismo y el sector inmobiliario

5.5.1 Características del sector turístico-inmobiliario

El período más reciente del desarrollo turístico del Nordeste está marcado por el crecimiento de las actividades inmobiliarias asociadas con el turismo. El elemento más notorio de esta dinámica, que tuvo su nivel máximo entre los años 2003 y 2007, fue la

¹⁷ Un vuelo entre Lisboa (Portugal) y Natal, en Rio Grande do Norte, tarda aproximadamente siete horas.

promoción de inmuebles para uso como segunda residencia para extranjeros. Además de viviendas individuales o edificios, se destacaban los grandes proyectos de conjuntos residenciales integrados a instalaciones turísticas compuestas por hoteles y equipamientos de ocio. La construcción de otros equipamientos más usuales de la actividad turística, como hoteles y apartamentos turísticos, también era motivo de atención por el sector inmobiliario.

El crecimiento del turismo en la región desde la década de 1980, y especialmente después de los años 1990 con el Prodetur, aumentó el interés del sector inmobiliario por las oportunidades de negocio existentes en la actividad turística. En la década de 2000 este fenómeno se amplió de forma contundente. Empresas e inversores extranjeros se involucraron en proyectos de diferentes tamaños y características, en general orientados al mercado europeo.

La asociación del sector inmobiliario con el turístico no es nueva en el mundo ni en Brasil (Cruz, 2000; Dantas et al., 1999). En este país, a partir de finales de la década de 1970 el sector inmobiliario buscó el sector turístico como alternativa para situaciones de crisis en su negocio original. Además, los incentivos gubernamentales dados a las inversiones turísticas disminuyeron el riesgo asociado al cambio de sector de actuación y posibilitaron a las empresas obtener beneficios elevados (Cruz, 2000; Fonseca, 2005). Hay algunos proyectos emblemáticos de asociación entre estos sectores en el país, en los Estados de Bahía (Costa do Sauípe, en Mata do São João), Santa Catarina (Jurerê Internacional, en Florianópolis), São Paulo (Riviera de São Lourenço, en Bertioga) – los dos últimos fuera de la región Nordeste. En el proyecto Parque das Dunas-Via Costeira, en Rio Grande do Norte, emprendedores del sector de la construcción compraron más de la mitad de los terrenos ofertados y tenían la propiedad de los primeros hoteles construidos (Cruz, 2000; Fonseca, 2005).

La construcción autónoma de viviendas es un fenómeno antiguo en la región (Dantas et al, 2009), pero en los años recientes fue suplantado por proyectos empresariales de diferentes magnitudes. Un estudio de la consultora HVS sobre la situación del mercado en 2006 apuntaba la existencia en el Nordeste de pequeños proyectos de carácter puramente inmobiliario y al mismo tiempo de grandes proyectos turístico-inmobiliarios (Canteras et al., 2007). Los primeros son de responsabilidad de pequeños inversores privados o empresariales, en general extranjeros y con poca experiencia en la promoción inmobiliaria. Suelen contemplar la venta a extranjeros de pisos o de viviendas en terrenos de menor tamaño.

A su vez, los grandes proyectos turístico-inmobiliarios pueden contemplar enormes cantidades de plazas en hoteles o residencias – a veces llegando a millares de viviendas. La

mayor parte de los proyectos eran liderados por empresas extranjeras, pero en aquella época aumentaba la participación de empresas brasileñas y su asociación con inversores internacionales, lo que podría ayudar a ampliar la oferta (Canteras et al., 2007). Los grandes proyectos son prácticamente autosuficientes, desconectados de la realidad local, con la cual los turistas no suelen tener mucho contacto (Cruz, 2009; Silva y Ferreira, 2007). Grandes empresas del sector hotelero e inmobiliario suelen involucrarse, generando beneficios para ambas partes, pues las acciones de estas empresas se valorizan, y los proyectos cuentan con marcas internacionales reconocidas para promocionarse (Dantas et al., 2009; Silva y Ferreira, 2007). Un tipo de acción promocional común es invitar a personas famosas, como actores y deportistas, para participar de ferias inmobiliarias, visitar las áreas de los proyectos, inaugurar su vivienda, o dar su nombre a algún tipo de equipamiento de ocio o deportivo del proyecto. Los propietarios de viviendas en estos grandes centros turísticos pueden utilizar los equipamientos de ocio existentes, lo que atrae demanda para las viviendas y ayuda a mantener estas infraestructuras. Otro elemento de atracción de los compradores es la posibilidad de obtener beneficios a partir del alquiler de sus viviendas en períodos en que estén desocupadas. La administración de los alquileres suele ser realizada por empresas vinculadas al propio grupo promotor. Otras inversiones de diferentes tamaños coexisten con estos dos tipos de proyectos, e incluyen hoteles de diferentes categorías, apartamentos turísticos, viviendas individuales, etc.

Los proyectos de menor tamaño suelen estar localizados en el litoral sur del Estado, mientras que los de mayor dimensión prefieren el litoral norte debido a la mayor disponibilidad de terrenos, su menor precio y a la ocupación más blanda de la costa (Fonseca, 2005).

Según Silva y Ferreira (2007), el sector inmobiliario se asocia al turismo en el Nordeste, en la década de 2000, para dejar de depender directamente de la economía local y de la financiación pública local. Cuanto a independizarse de la economía local, en el caso del Nordeste, significa que el bajo nivel de renta de las familias brasileñas y del Nordeste no es un problema para las empresas que venden su producción (viviendas) a familias europeas o norteamericanas. En el caso de la venta de inmuebles a extranjeros, la financiación pública local tiene poca importancia debido al mayor poder de compra de los extranjeros y a la facilidad de obtener en el mercado internacional los recursos financieros necesarios para los emprendimientos. Sin embargo, cabe recordar que el gasto público realizado en un momento

anterior, vía Prodetur, fue el responsable por la existencia de una infraestructura mínima para recibir a los turistas y atraer a los inversores.

El turismo ejerce funciones importantes en esta dinámica de expansión del sector inmobiliario a nuevos territorios y a un nuevo sector (Assis, 2009; Silva y Ferreira, 2007). La primera función de la actividad turística es formar una imagen para el destino, atraer a la demanda y valorizar el precio de los inmuebles, especialmente si estos están integrados a servicios turísticos como campos de golf, piscinas, pistas deportivas, restaurantes, etc.

Otra función del turismo ocurre en la financiación de los proyectos. La venta de las viviendas antes del inicio de su construcción suele ser una parcela importante de la financiación inicial de los grandes proyectos. En casos donde junto a las viviendas se van a construir equipamientos como hoteles, la venta de las viviendas ayuda a financiar la construcción de dichos equipamientos. Además, en algunos casos, el suceso de las ventas iniciales puede determinar la facilidad de obtención de más financiación en las fases posteriores de los proyectos. Aquella financiación inicial también es una solución que el sector inmobiliario tiene para disminuir el tiempo de recuperación del capital invertido.

La opción de alquilar los inmuebles en períodos libres a turistas es otra oportunidad de obtención de beneficios para las empresas promotoras. Los responsables por los proyectos pueden obtener nuevos ingresos a partir de la administración de los alquileres, lo que es doblemente beneficioso en el caso de los grandes proyectos que integran viviendas y servicios turísticos, pues también ayuda a mantener los equipamientos turísticos de los establecimientos en funcionamiento.

Silva y Ferreira (2007) aún mencionan que el turismo puede beneficiarse de la asociación con el inmobiliario pues el turismo residencial sería una forma de disminuir la estacionalidad turística – tema que necesita ser verificado empíricamente.

5.5.2 La expansión del sector turístico-inmobiliario en el Nordeste y sus factores explicativos

Indicadas las principales características de la reciente asociación entre el sector inmobiliario y el turismo, cabe presentar los factores que contribuyeron a la fuerte expansión del fenómeno turístico-inmobiliario en el Nordeste brasileño en la década de 2000. Un conjunto de factores internos y externos explican esta situación. Un primero factor es la propia potencialidad turística de la región. Sobre los atractivos naturales del Nordeste, Assis (2009) comenta que “están formados por paisajes de incomparable belleza, con una

interminable planicie litoral en la que todavía es posible encontrar áreas costeras casi deshabitadas, rodeadas de lagos, dunas y pocos accidentes geográficos”. Son características interesantes para el disfrute de vacaciones o para establecer una segunda residencia. Los destinos turísticos del litoral de la región, si bien gestionados y promovidos, son capaces de atraer a un satisfactorio número de visitantes brasileños y extranjeros, tanto de países vecinos como de otros más lejanos.

Si los atractivos turísticos son un aspecto positivo para el turismo de la región, la infraestructura tradicionalmente ha sido un problema. Sin embargo, muchas de las carencias de infraestructura básica y de transportes típicas del Nordeste brasileño fueron, al menos parcialmente, sanadas con las inversiones públicas llevadas a cabo en el ámbito del Prodetur. En conjunto con una infraestructura en condiciones aceptables para el desarrollo turístico, los bajos precios de inmuebles, terrenos, mano de obra y del coste de vida en general también son atractivos a turistas e inversores (Assis, 2009; Cruz, 2009; Canteras et al., 2007; Silva y Ferreira, 2007).

En el ámbito externo, la liquidez económica internacional – aún resultado del descenso de los tipos de interés en las economías avanzadas en el inicio de la década de 2000, y que culminaría en la crisis económica internacional de 2008 –, la liberalización financiera internacional y la movilidad de capitales, favorecían la entrada creciente de inversiones extranjeras en el Nordeste. Los sectores turístico e inmobiliario se tornaron atractivos para inversores de países de economías avanzadas. En Europa, la disponibilidad de crédito, los tipos de interés favorables, y la continua disminución de la rentabilidad del sector inmobiliario (resultado de la falta de terrenos disponibles y de los altos precios de los existentes) provocaban la búsqueda por novas opciones de inversión en otras localidades. Empresas europeas del sector inmobiliario, bancos y cajas de ahorro lideraban la realización de estas inversiones. El Nordeste brasileño fue uno de los destinos elegidos, así como otras zonas de América Latina, Norte de África y Asia (Dantas et al., 2009; Silva y Ferreira, 2007). En el Nordeste, los Estados de Bahía, Pernambuco, Ceará y Rio Grande do Norte, precisamente los Estados más turísticos de la región, fueron los principales receptores de las inversiones turístico-inmobiliarias. Ceará y Rio Grande do Norte son los que más crecimiento han experimentado antes de la crisis (Assis, 2009).

Dantas et al. (2009) identificaron, a partir de datos del Banco Central de Brasil, las inversiones extranjeras directas recibidas por los cuatro Estados mencionados. Los datos

fueron sectorizados, y permiten verificar la evolución de las inversiones en los sectores turístico e inmobiliario entre 2001 y 2007, con base en valores nominales.

El volumen total de IED en los cuatro Estados, en los sectores turístico e inmobiliario, aumentó cerca de nueve veces en el período. Los valores absolutos son presentados en la Tabla 11. Bahía fue el Estado que más inversiones recibió, con poco menos de la mitad del total recibido (46%), seguido por Ceará y por Rio Grande do Norte, con cerca de un cuarto del total cada (un 28% y un 23%, respectivamente). El crecimiento más expresivo ocurrió en Ceará, que en el período tuvo aumento de cerca de 14 veces en su volumen de IED, seguido por Rio Grande do Norte, que vio la llegada de IED multiplicar en nueve veces.

Tabla 11
Inversión extranjera directa en el sector turístico-inmobiliario, en cuatro Estados del Nordeste brasileño (US\$ millones)

Estado	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Bahía	11,8	23,3	42,3	16,1	90,0	243,7	49,7
Pernambuco	-	2,4	2,8	1,0	1,3	24,3	4,8
Ceará	10,4	18,5	21,0	15,6	29,8	37,6	153,8
Rio Grande do Norte	10,4	2,2	8,2	24,5	37,2	61,7	96,7
Total	32,5	46,4	74,2	57,2	158,2	367,4	305,0

Nota. Fuente: Dantas et al., 2009.

Específicamente cuanto a Rio Grande do Norte, la IED en los sectores turístico e inmobiliario creció a partir de 2003, como se puede verificar a partir de los datos de la Tabla 12. En 2007, el volumen de IED en estos sectores era once veces superior al de 2003, llegando a aproximadamente US\$ 97 millones. La participación media de la IED en turismo e inmobiliario sobre el total del Estado, entre 2003 y 2007, era de un 45%, con máximos de un 74% en 2006 y un 60% en 2007. Únicamente el sector de petróleo y energía rivalizaba en volumen de IED. Por cierto, entre los cuatro Estados analizados, Rio Grande do Norte presentaba la mayor participación relativa del turístico e inmobiliario en comparación con otros sectores, lo que revela la importancia de estas actividades para su economía¹⁸.

¹⁸ La participación media en Rio Grande do Norte era de 45%, contra 8% en Ceará, 4% en Bahía y 2% en Pernambuco.

Tabla 12***Inversión extranjera directa en Rio Grande do Norte (US\$ millones)***

Sectores	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Turismo e inmobiliario	10,4	2,2	8,2	24,5	37,2	61,7	96,7
Petróleo y energía	200,6	95,1	-	96,6	26,0	-	61,9
Agrícola y agroindustrial	2,6	6,2	0,6	2,6	24,5	10,2	0,6
Otros ^a	12,6	10,3	15,2	5,8	9,9	11,1	2,4
Total	226,1	113,8	23,9	129,5	97,6	83,0	161,6

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de Dantas et al., 2009.

^a La categoría "Otros" incluye los sectores de equipamientos eléctricos y hospitalarios, industrial, alimentos y bebidas, y financiero, además de inversiones no clasificadas en el trabajo original (Dantas et al., 2009).

Silva y Ferreira (2007) informan que casi el 90% de las inversiones del período entre 2001 y 2006 son de procedencia europea, siendo el 56,41% de Portugal y el 13,55% de España. En los últimos años antes de la crisis crecieron también las inversiones de empresas suecas y noruegas.

En Rio Grande do Norte la expansión del turismo asociado al sector inmobiliario puede ser dividida en dos fases principales, según Silva y Fonseca (2010). La primera fase tuvo inicio en la década de 1980, tras la implantación del proyecto Parque das Dunas-Via Costeira, ya mencionado, y de la inauguración de la carretera conocida como Rota do Sol (la carretera RN-063), que mejoró la comunicación entre Natal y el litoral sur del Estado. En esta fase las viviendas eran esencialmente producidas por empresas locales y adquiridas por los residentes en Rio Grande do Norte. A partir de las inversiones del Prodetur, el mercado de segundas residencias se internacionalizó cada vez más, tanto en la producción como en el consumo, marcando la segunda fase de la expansión del sector turístico-inmobiliario en el Estado. Hay alguna participación del capital nacional, pero la mayor parte proviene del exterior. Asimismo, la demanda es predominantemente extranjera, especialmente de Europa. Si en la fase anterior las viviendas individuales eran mayoría, en esta segunda fase hay una mayor diversificación de los proyectos, con fuerte integración entre el turismo y el inmobiliario, como los ya mencionados centros turísticos integrados de hoteles y viviendas, apartamentos turísticos, apartoteles, conjuntos residenciales de menor tamaño comercializados en el exterior, etc.

El fenómeno se distribuye por el Estado a partir de Natal. En 2004 se expande a los municipios de Parnamirim y Nísia Floresta, al sur de la capital, con predominio de proyectos de pequeño y medio porte. A partir de 2005 aumentan las inversiones en los municipios de Extremoz y Ceará-Mirim, al norte de Natal, y surgen proyectos que pretendían ocupar áreas

más grandes, como el emprendimiento de 22 millones de metros cuadrados del Grupo Sánchez, el Elegance Natal Golf. Prácticamente todo el litoral oriental del Estado era objeto de inversiones turístico-inmobiliarias, en un movimiento que se expandió desde el área metropolitana de Natal, en búsqueda de mayor oferta de terrenos y de mejores precios (Dantas et al., 2009; Silva y Ferreira, 2007; Silva y Fonseca, 2010).

En el inicio, el propio sector fue sorprendido por la rapidez del crecimiento de las inversiones turístico-inmobiliarias. Poco tiempo antes esta dinámica no era prevista en análisis sobre la economía de la región (Silva y Ferreira, 2007). Expresiones que relacionaban los dos sectores, como “turismo inmobiliario”, empezaron a ser utilizadas en el Nordeste solamente después del año de 2003 (Dantas et al., 2009). También en la prensa se notaba que algo diferente estaba ocurriendo. Revistas de gran circulación en el país relataban el aumento de las inversiones en turismo y viviendas en el Nordeste (Cavalcante, 2007; Costas, 2005, 9 de Noviembre). Una de estas revistas afirmaba que en aquella época un 40% de los nuevos inmuebles producidos en Rio Grande do Norte se estaban vendiendo a extranjeros (Costas, 2005). En 2006 un conjunto de sindicatos y asociaciones del sector fundaron una asociación propia para el sector turístico e inmobiliario – la Adit, Asociación para el Desarrollo Inmobiliario y Turístico del Nordeste Brasileño –, con los objetivos de defender sus intereses, participar y promover eventos, y asesorar a empresas y proyectos.

El gobierno estatal ejerció un papel relevante en la expansión del sector turístico-inmobiliario, así como lo hace desde el inicio del crecimiento turístico de Rio Grande do Norte (Fonseca, 2005). En la fase reciente, su participación se dio a través del fuerte apoyo a los proyectos turístico-inmobiliarios en la construcción de las infraestructuras necesarias de comunicaciones, agua, energía y saneamiento (Silva y Ferreira, 2007). Además, participaba en eventos promocionales y técnicos del sector, nacionales e internacionales, para promoción del Estado y de proyectos específicos. Prueba de la relevancia del poder público en la expansión del sector es la entrega de la más importante homenaje de los consejos federales y regionales de corredores de inmuebles a la gobernadora del Estado entre 2003 y 2010, Wilma de Faria (Governadora é homenageada com a maior comenda do setor imobiliário, 2010, 3 de Marzo).

Kondo y Laterza (2008) ofrecen algunas cifras sobre el crecimiento de la oferta turístico-inmobiliaria en el Nordeste en los años 2000. Con base en datos publicados entre 2007 y 2008, las autoras estimaron que los proyectos que estaban previstos o en fase de ampliación para el Nordeste, y que reunían componentes turísticos e inmobiliarios, añadirían

cerca de 30 mil nuevas habitaciones hoteleras a la oferta regional, es decir, un aumento de un 525,46%. Además, se preveía la construcción de aproximadamente 43.000 viviendas para uso turístico en estos proyectos.

5.5.3 Impactos del crecimiento turístico-inmobiliario

Concordamos con Assis (2009) en el sentido de que las cifras apuntadas por Kondo y Laterza (2008) sobre el crecimiento proyectado de la oferta hotelera y residencial en el Nordeste provocan cuestionamientos sobre la existencia de demanda en nivel suficiente para estos negocios, y si el proceso no estaría siendo conducido por agentes interesados en la especulación inmobiliaria. Diversos autores afirman que los procesos ocurridos en el Nordeste relacionados con el fenómeno turístico-inmobiliario, en el período anterior a la crisis, contienen componentes especulativos (Bezerra y Clementino, 2008; Dantas et al., 2009; Silva y Ferreira, 2007). La falta de experiencia en turismo y en la promoción inmobiliaria de muchos agentes involucrados en los negocios, especialmente en los pequeños proyectos, son señales de la ocurrencia de especulación (Canteras et al., 2007).

El exceso de demanda especulativa, básicamente de origen internacional, es estimulado por la facilidad para obtención del crédito, el diferencial cambiario, el marketing oficial y no oficial, y las perspectivas demasiado optimistas de la gente interesada en invertir. En respuesta a esta demanda elevada hay un fuerte crecimiento de la oferta, con proyectos de diferentes niveles de viabilidad y de fiabilidad. Cuando se frena la demanda, el exceso de oferta se queda evidente, con consecuencias negativas incluso para individuos y empresas que no participaron de la ola especulativa.

Bezerra y Clementino (2008) indican que el turismo es capaz de motivar burbujas inmobiliarias, en las cuales hay incrementos sustanciales de los precios de bienes inmobiliarios como viviendas y terrenos. El aumento de la demanda de inmuebles por turistas extranjeros puede tener un papel amplio en este sentido, dado su mayor poderío económico en relación con los locales, pero también hay que considerar la participación de residentes y de la demanda doméstica de otras regiones de un país, interesados en residir temporal u ocasionalmente, o invertir. Los gobiernos también pueden estimular el surgimiento de burbujas cuando promueven mejoras, instalan infraestructuras, cambian la clasificación del suelo, o indican que un área va a ser objeto de intervenciones. Los autores también indican que el turismo puede transmitir una burbuja inmobiliaria desde los mercados emisores a los

destinos si la inversión en estos últimos parece una buena oportunidad de aplicación de los recursos en comparación con los precios en el país de origen.

Las burbujas inmobiliarias relacionadas con el turismo pueden estallar si hay un descenso de la demanda turística y por bienes inmobiliarios, en un contexto de oferta excesiva, estimulando los precios a la baja. La reducción del crédito disponible para la compra de inmuebles puede ser un factor detonante del estallido de la burbuja. Asimismo, problemas en los mercados de capitales pueden motivar ventas con la intención de disminuir pérdidas de riqueza debido a la reducción de valor de los activos, pero el exceso de oferta de inmuebles a disposición puede reforzar la tendencia de descenso de los precios (Bezerra y Clementino, 2008).

Una consecuencia importante de la especulación y sus burbujas es que se generan desajustes en los ciclos económicos, agudizando sus fases. Los períodos de crecimiento movidos por la especulación son fuertes, pero también muy inflacionarios. Las depresiones que se siguen son mucho más profundas, como se ve por la crisis de 2008, y la recuperación es más difícil y larga, con consecuencias negativas para la sociedad y para el crecimiento económico futuro.

Las burbujas inmobiliarias son un tipo de impacto del fenómeno turístico-inmobiliario en el Nordeste. El aumento de los precios de las viviendas afecta no solamente a los turistas e inversores, pero también a los que tradicionalmente residen en la región, y especialmente las capas más pobres de su población. El exceso de oferta motivado por la demanda especulativa perjudica la competitividad de prestadores de servicios turísticos locales, pues acentúa la competencia por precios entre ellos, como en el caso del sector de alojamiento, en el cual el aumento de la oferta de apartamentos turísticos afecta la hotelería tradicional, que suele generar más beneficios locales a través de empleos, por ejemplo.

Otros impactos son relatados en los estudios sobre la región, en general sobre aspectos de ocupación del territorio, sociales y ambientales (Dantas et al, 2009; Ferreira y Silva, 2007; Fonseca, 2005; Silva y Ferreira, 2007; Silva y Fonseca, 2010). Hay una intensificación del uso del territorio en el litoral, destinado al uso turístico, con cambios en el patrón de ocupación tradicional (en lugar de viviendas individuales, surgen grandes centros turísticos), los modelos constructivos (nuevos materiales) y los residentes (personas con nivel de renta más alto y hábitos culturales distintos). La existencia de demanda formada por familias con mayor poder adquisitivo provoca el aumento de los precios de los inmuebles y de los productos y servicios en general. En respuesta, las familias con menor nivel de renta tienen

que buscar opciones de residencia en otras localidades, en general más distantes de los núcleos donde hay trabajo – Natal, en particular. Por este motivo, localidades que antes abrigaban mayormente viviendas de uso secundario ven el aumento de la presencia de viviendas principales. Esta dinámica refuerza las desigualdades en la ocupación del espacio. En los municipios aumenta la diferenciación de las zonas residenciales con base en el poder adquisitivo de sus habitantes; cada grupo social tiene barrios específicos donde puede vivir. Además, los equipamientos turísticos dificultan o impiden el acceso de los residentes a las playas. El uso de los espacios turísticos por los residentes también es perjudicado debido al incómodo provocado por las diferencias culturales, de idioma y de nivel de renta entre locales y turistas.

En el ámbito ambiental, hay un aumento de la presión sobre el uso del suelo cerca de espacios protegidos y áreas ambientalmente frágiles. El proceso de construcción y la ocupación resultante amenazan la cubierta vegetal, las dunas, manglares y acantilados que componen el paisaje regional. El uso excesivo y la deficiencia de la infraestructura genera problemas en la distribución de agua y en el sistema de saneamiento (Dantas et al., 2009; Ferreira y Silva, 2007; Fonseca, 2005).

Este conjunto de impactos generan problemas a los residentes en el Estado, cambiando su cotidiano. Silva y Fonseca (2008) analizan las respuestas de la población de Natal, principal destino de Rio Grande do Norte, al crecimiento turístico de la ciudad. Según los autores, las reacciones son pasivas o activas. En el primer caso, la población se aparta de las áreas turísticas del municipio debido a problemas como contaminación, prostitución, aumento de precios de productos y servicios, violencia urbana, deficiencias en infraestructura y dificultad de acceso. Las reacciones activas tratan de la creación de movimientos de respuesta al crecimiento turístico y sus impactos. En Natal, estos movimientos suelen relacionarse con amenazas que el crecimiento turístico genera al medio ambiente. Han funcionado desde los años 1970, pasando por protestos contra el proyecto Parque das Dunas-Via Costeira en los años 1980, y la urbanización desenfrenada de las principales áreas turísticas de la ciudad desde la década de 1990.

La poca influencia de la ciudadanía en las decisiones sobre el crecimiento turístico-inmobiliario hace que los resultados obtenidos a partir de este modelo a menudo entren en conflicto con los deseos de la población local. Los residentes ven sus intereses menospreciados, mientras que turistas e inversores reciben una atención más destacada del poder público. Es necesario promover la participación ciudadana en las decisiones referentes

al crecimiento de los destinos turísticos, para evitar que el modelo de desarrollo se adecue únicamente a los intereses de grupos de mayor poder económico.

Hace falta crear e implantar instrumentos de planeamiento urbano capaces de ordenar el desarrollo del fenómeno turístico-inmobiliario en el litoral del Nordeste. Sin embargo, lo que se observa en muchos casos es que los organismos públicos actúan en el sentido de retirar los obstáculos al crecimiento de las construcciones. Por ejemplo, el Prodetur promovió la revisión de planes generales de ordenación urbana de los municipios con el intuito de ampliar las posibilidades de edificación en el territorio, incluso en áreas antes clasificadas como no urbanizables. Diversos ayuntamientos han actuado de forma similar en los años más recientes para dar espacio al desarrollo turístico-inmobiliario (Dantas et al, 2009). Por cierto, teniéndose en cuenta la fuerza y el dinamismo de los sectores turístico e inmobiliario, Ferreira y Silva (2007) cuestionan la capacidad de los ayuntamientos para cohibir el crecimiento sin límites, pues no tienen los recursos y herramientas para tal, su velocidad de actuación es mucho menor que la de las empresas que actúan en el sector, y la débil situación fiscal de la mayor parte de los municipios acaba por influenciar decisiones a favor de la rápida recaudación de ingresos motivada por los proyectos inmobiliarios.

5.6 El modelo y el desempeño del turismo en Rio Grande do Norte

Este subcapítulo está dedicado a complementar informaciones sobre el turismo en Rio Grande do Norte, en lo que se refiere al desempeño reciente de su turismo receptor y las características del modelo de turismo implantado en el Estado.

Taveira y Fonseca (2009) presentan una reflexión sobre el modelo turístico de Rio Grande do Norte. El modelo, según los autores, es lo mismo adoptado por los demás Estados del Nordeste, y apoyado por el Ministerio de Turismo de Brasil. Sus principales características, según Taveira y Fonseca (2009), son:

- Sobrevalorización del segmento turístico “sol y playa”: el Estado privilegia en turismo de sol y playa, de forma similar a los demás Estados de la región. Otros segmentos no reciben la misma atención pública.
- Políticas públicas dirigidas al visitante en detrimento del residente: las principales infraestructuras implantadas por el Estado son aquellas que interesan a la atracción de visitantes, no a las necesidades de la población, pese a la existencia de un discurso que defiende los beneficios del turismo a los residentes.

- Promoción turística de Rio Grande do Norte centrada en Natal: la capital, principal centro de equipamientos y servicios turísticos del Estado, predomina en los materiales promocionales, e incluso se apropia de atractivos de otras localidades. La ciudad también suele recibir la mayor parte de las inversiones turísticas del gobierno estatal, como ha ocurrido con el Prodetur (Fonseca, 2005).
- Atracción e interés preferencial por inversiones extranjeras: las políticas públicas visan atraer grandes inversiones, especialmente las extranjeras.
- El discurso de que el turismo es la principal alternativa económica para los municipios: se replica en el Estado, y particularmente en su litoral oriental, el discurso de que el turismo es una de las pocas opciones para el desarrollo económico y social de los municipios, incluso en aquellos sin potencial turístico.

Se podría añadir la importancia de la participación del Estado con el objetivo de viabilizar e incentivar el aumento de las inversiones turístico-inmobiliarias en el territorio, pese a los impactos ambientales y sociales que provocan (Silva y Fonseca, 2010).

Taveira y Fonseca (2009) concluyen su evaluación afirmando que el modelo de turismo del Estado no contribuye a la distribución de los beneficios obtenidos a través de la actividad y a la mejora de la situación de las localidades donde se implanta. La alternativa de los autores sería una mayor inclusión de las comunidades, el respecto a los principios de la sostenibilidad, y la creación de oportunidades para la iniciativa empresarial local, en detrimento de únicamente promover las grandes inversiones de empresas extranjeras.

Estas características se dan en un escenario de crecimiento de la llegada de turistas a Rio Grande do Norte, conforme se puede observar en la Tabla 13. Según datos de la Secretaría de Turismo del Estado, hubo un crecimiento anual medio de un 7,4% entre los años de 2001 y 2007. El número total de turistas empezó a crecer en 2003, y en los dos años siguientes registró altas tasas de crecimiento (un 22,9% en 2004 y un 16,7% en 2005). En 2006 el ritmo de crecimiento decayó considerablemente (un 5,1%), y en 2007 hubo un pequeño descenso (un 0,3%).

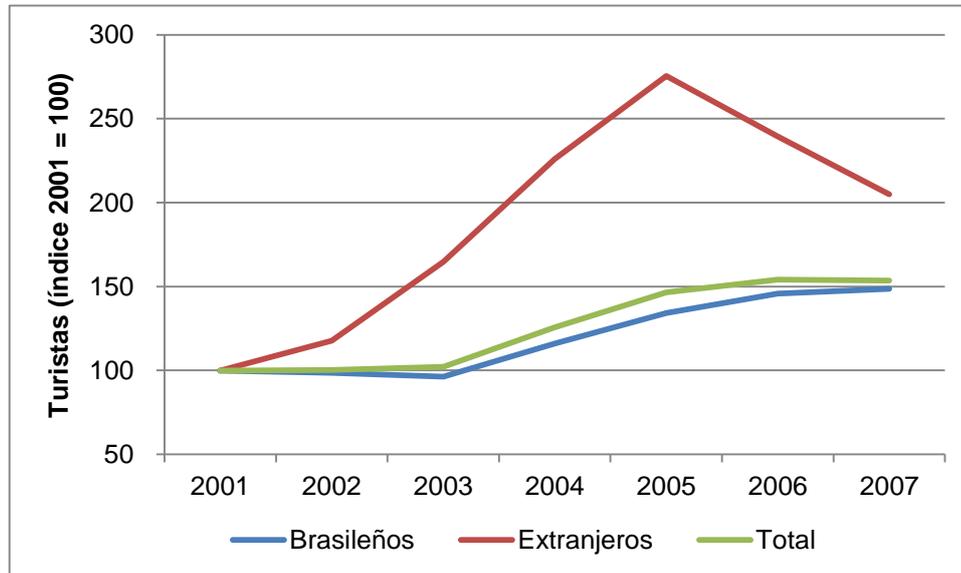
Tabla 13
Llegadas de turistas a Rio Grande do Norte

Año	Brasileños		Extranjeros		Total	
	Turistas	Cuota (%)	Turistas	Cuota (%)	Turistas	Cuota (%)
2001	1.294.715	91,2	124.906	8,8	1.419.621	100
2002	1.276.769	89,7	147.117	10,3	1.423.886	100
2003	1.245.830	85,8	205.793	14,2	1.451.623	100
2004	1.501.071	84,2	282.270	15,8	1.783.341	100
2005	1.737.511	83,5	344.183	16,5	2.081.694	100
2006	1.887.718	86,3	299.162	13,7	2.186.880	100
2007	1.923.974	88,3	255.951	11,7	2.179.925	100

Nota. Fuente: SETUR, 2008b.

Es relevante observar el comportamiento distinto de los flujos doméstico e internacional. La Figura 12 presenta la evolución de estas llegadas, en índice, entre los años 2001 y 2007. El crecimiento más expresivo fue de las llegadas internacionales, que aumentaron en media un 12,7% al año en el período, contra un 6,8% de las llegadas de residentes en Brasil. El número de extranjeros se duplicó en el período, mientras que el de brasileños aumentó un 50%. El flujo internacional creció de manera importante hasta 2005, pero en los dos años siguientes hubo descensos del 13,1% y del 14,4%, regresando a un nivel inferior al registrado en 2004. El empresariado y el gobierno estatal suelen apuntar la valorización del real, iniciada a finales de 2002 y acelerada en 2004, como principal para situación, aunque otros factores, como la reducción de la oferta de vuelos ocurrida en 2006 debido a la quiebra de una de las principales aerolíneas de Brasil (Varig), también son mencionados.

Figura 12. Evolución de las llegadas de turistas a Rio Grande do Norte (índice)



Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SETUR (2008b).

El crecimiento del flujo internacional aumentó su participación en la demanda total al Estado, pero el mercado doméstico siempre se mantuvo como el más importante para Rio Grande do Norte. Los turistas brasileños responden en media por el 87% del flujo total, y los 13% restantes caben a los extranjeros. La mayor participación de los extranjeros ocurrió en 2005, cuando fueron un 16,5% del total.

Los datos de la SETUR (2008b) también permiten verificar la evolución de la participación de las llegadas a Natal dentro del total del Estado. Hay un claro descenso de la contribución de la capital al flujo turístico total, una vez que en 2001 respondía por el 77% del total, y en 2007 era el 62%. La expansión del turismo hacia nuevos destinos del litoral sur y norte del Estado es una explicación plausible para estas cifras.

Algunas informaciones sobre el perfil de los turistas internacionales son relevantes para este trabajo. Hay datos sobre los turistas que tienen Natal como su principal destino turístico en viajes a Brasil. Italia, Portugal, Argentina y España responden por un 60% del total de turistas en 2008. El disfrute del sol y playa es el motivo de viaje predominante. Sobre el tipo de alojamiento utilizado, hay una tendencia de descenso del uso de hoteles, y aumento del uso de resorts, viviendas propia, alquilada y de amigos y parientes. Parece natural asociar esta dinámica de cambio en el uso de alojamiento a la expansión del sector turístico-inmobiliario en el litoral de Rio Grande do Norte. Asimismo, está en aumento la proporción de turistas que ya había visitado el destino anteriormente (del 49% en 2005 al 62% en 2008),

lo que también se puede relacionar con el mayor uso de viviendas secundarias como alojamiento turístico.

Tabla 14
Tipo de alojamiento utilizado (en %)

Tipo	2005	2006	2007	2008
Hotel, apartotel o posada	75,9	70,6	73,1	58,7
Vivienda de amigos y parientes	12,2	13,5	8,6	16,7
Resort	5,8	5,6	7,6	9,6
Vivienda alquilada	2,4	4,8	3,5	5,7
Vivienda propia	3,3	3,7	5,2	6,5
Camping o hostel	0,2	1,5	1,3	2,5
Otros	0,2	0,3	0,7	0,3

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de Ministério do Turismo, 2010c.

En términos de oferta, cabe mencionar que el Estado disponía en 2006 de 45 mil plazas hoteleras, siendo 25 mil en Natal (SETUR, 2008a). Según una muestra de hoteles de la capital del Estado (SETUR, 2008c), la tasa de ocupación aumentó entre 2002 y 2005 (de un 46,9% a un 60,4%), y en los dos años siguientes decreció (llegando a un 52,6% en 2007).

5.7 La crisis internacional y el turismo en Rio Grande do Norte

La dependencia del crecimiento turístico-inmobiliario de la situación económica internacional favorable era motivo de preocupación años antes del comienzo de la crisis. En el inicio de la contracción de la economía mundial, las perspectivas eran de reducción de la demanda, descenso de precios y cancelación o aplazamiento de proyectos (Dantas et al., 2009; Silva y Ferreira, 2007).

A través del examen de datos sobre el turismo y de la lectura de reportajes publicados en la prensa fueron identificados dos temas principales relacionados con la crisis en Rio Grande do Norte, comentados en este epígrafe. El primero se refiere al desempeño de la demanda turística nacional e internacional en la crisis. El segundo tema es el impacto de la situación económica sobre los proyectos turístico-inmobiliarios que se desarrollaban en el Estado.

5.7.1 El comportamiento de la demanda doméstica e internacional

Como se ha comentado en el capítulo anterior, la crisis económica internacional de 2008 generó problemas más importantes en las economías avanzadas que en Brasil. Pese a los

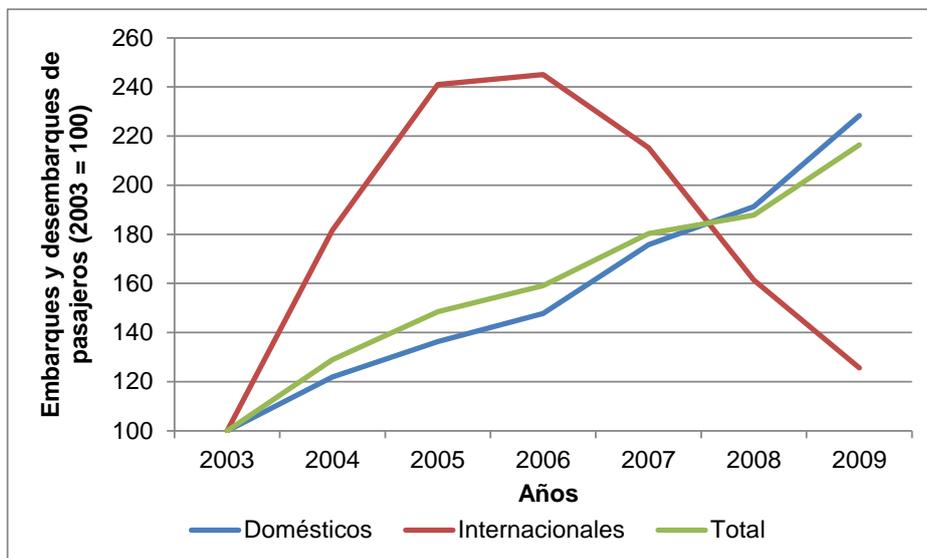
efectos negativos de la crisis menos acentuados sobre la demanda interna brasileña, su demanda turística externa, en la cual Europa ocupa un papel relevante, fue bastante debilitada.

Los principales impactos de la crisis sobre el turismo en Rio Grande do Norte parecen ser aquellos relacionados con la disminución de las llegadas de turistas extranjeros – compensada, en mayor o menor nivel, por el aumento de las visitas de brasileños –, y, quizás lo más destacable, los cambios provocados en el sector inmobiliario asociado al turismo (que serán analizados en el siguiente apartado).

Los datos referentes al movimiento de pasajeros¹⁹ en el Aeropuerto Internacional Augusto Severo, el principal aeropuerto de Rio Grande do Norte, localizado en la región metropolitana de Natal, base para la llegada de los flujos turísticos al Estado (Figura 13), son más útiles que los datos de turistas de la SETUR para utilizarse como indicador del comportamiento de la demanda turística en el Estado, pues cubren hasta el período reciente, incluidos los años de la crisis, además de permitir comparaciones a nivel regional y nacional. El movimiento total de pasajeros en el aeropuerto está en ascensión, pero en los últimos años este resultado se debe solamente al aumento del flujo de pasajeros en vuelos domésticos, pues el movimiento internacional presenta importante descenso.

¹⁹ Como se ha mencionado en una nota anterior, los datos sobre el movimiento de pasajeros en los principales aeropuertos brasileños difundidos por la empresa estatal brasileña Infraero reflejan la suma de los embarques y desembarques realizados en los aeropuertos administrados por esta empresa, que son los aeropuertos relevantes del país. La suma de embarques y desembarques significa, por ejemplo, que una persona que parte del aeropuerto de Natal y después regresa a este mismo aeropuerto será contabilizada dos veces, una en la ida, otra en la vuelta. Además, no hay una distinción entre pasajeros brasileños y extranjeros, pero sí entre pasajeros de vuelos domésticos e de vuelos internacionales. Por este motivo, los datos sobre vuelos internacionales incluyen a los brasileños de regreso de viajes a otros países. En el caso de Rio Grande do Norte, por tratarse de un estado esencialmente receptor de turistas, y poco emisor, el movimiento de pasajeros refleja más la llegada de visitantes al estado que la salida.

Figura 13. Evolución de los embarques y desembarques de pasajeros en el aeropuerto Augusto Severo, Rio Grande do Norte (índice)



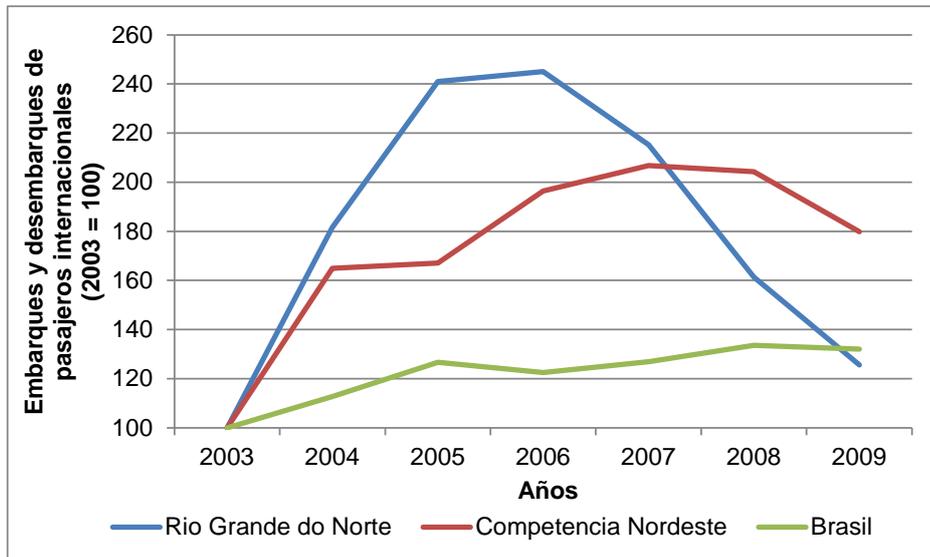
Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Infraero (2010).

Este último, tras presentar un pujante crecimiento en la primera mitad de la década de 2000 (variación anual de un 84% en 2004, por ejemplo), presentó un pequeño crecimiento en 2006 (un 2%) y está decayendo desde el año 2007 (un 12% en aquél año), con agravamiento en 2008 y 2009 (descensos de un 25% y un 22%, respectivamente), posiblemente reflejando los efectos de la crisis. Este fuerte descenso hace que el resultado de 2009 sea menor que el valor registrado en 2004.

En comparación con sus principales concurrentes en el Nordeste (los Estados de Bahía, Pernambuco y Ceará, aquí representados por los aeropuertos de Salvador, Recife y Fortaleza, respectivamente, a través de la suma de sus movimientos de pasajeros), se nota que estos competidores registraron un aumento menor y más progresivo, y también que el descenso fue menos grave, iniciado en 2008, como puede verse en la Figura 14.

Los elevados ascenso y descenso en Rio Grande do Norte indican la fuerza de la expansión del turismo en el Estado en el inicio de la década, al mismo tiempo que la caída abrupta en los últimos años revela la fragilidad de los factores que impulsaron este crecimiento, o su poca sostenibilidad. A su vez, el aumento del flujo internacional ocurrido en Rio Grande do Norte y en sus principales competidores del Nordeste, en comparación con lo ocurrido a nivel nacional – un crecimiento prácticamente gradual, en nivel más bajo –, muestra la mayor importancia que la demanda turística extranjera pasa a asumir en la región en la década de 2000.

Figura 14. Evolución de los embarques y desembarques de pasajeros internacionales en Rio Grande do Norte, Nordeste y Brasil (índice)

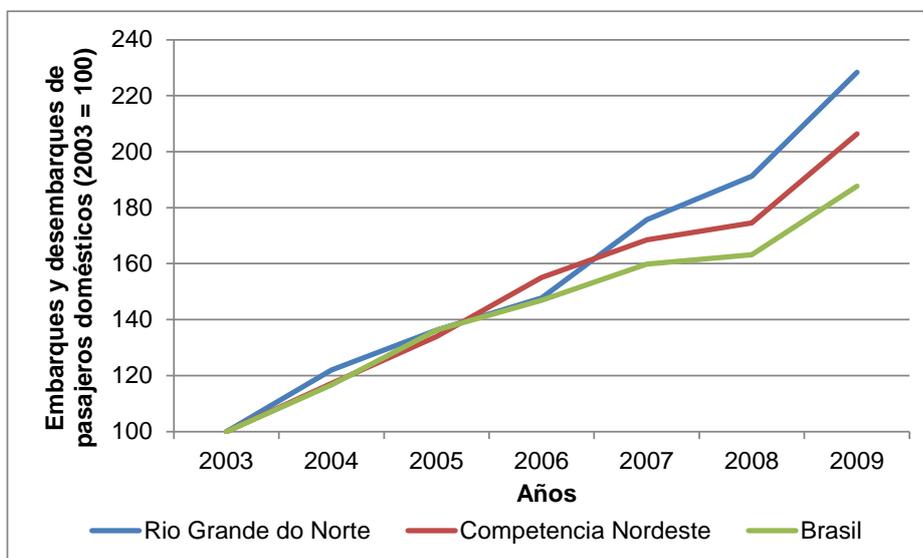


Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Infraero (2010). En la categoría “Competencia Nordeste” se incluyen los aeropuertos de Salvador, Recife y Fortaleza.

En el caso del movimiento de pasajeros en vuelos domésticos (Figura 15), en Rio Grande do Norte ha crecido desde 2003 a una media anual de un 15%, superando la competencia regional y el total nacional (medias anuales de un 13% y un 11% respectivamente). En los años de 2007 y 2008 el crecimiento del movimiento de pasajeros en vuelos domésticos en Rio Grande do Norte se sobrepasa al registrado por la competencia y por el total del país.

El aumento del flujo doméstico y el descenso del internacional hacen que la cuota del de este último en Rio Grande do Norte vuelva a aproximarse a lo registrado por la competencia (un 7% en Rio Grande do Norte ante un 5% en la competencia), cuando en los años del auge del turismo internacional en el Estado era casi tres veces superior (en 2005 llegó a un 19% contra un 6% en los tres otros Estados considerados).

Figura 15. Evolución de los embarques y desembarques de pasajeros domésticos en Rio Grande do Norte, Nordeste y Brasil (índice)



Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Infraero (2010). En la categoría “Competencia Nordeste” están considerados los aeropuertos de Salvador, Recife y Fortaleza.

Uno de los motivos que el sector turístico de Rio Grande do Norte apunta para explicar el descenso de las llegadas de pasajeros internacionales fue la valorización de la moneda brasileña, iniciada a finales de 2002, conforme ilustra la Figura 8²⁰. Así que en el tercer trimestre de 2008, cuando el real volvió a sufrir devaluación con relación al dólar estadounidense debido al agravamiento de la situación económica mundial, se creó la expectativa en el sector turístico de que aumentaría la presencia de turistas extranjeros y brasileños en el Estado – los primeros por el menor coste de los viajes a Brasil, y los últimos por el aumento de los precios de los viajes al exterior, lo que estimularía su permanencia en el propio país.

El optimismo con esta coyuntura era manifestado por algunos representantes del sector turístico en el Estado. El presidente de la representación en Rio Grande do Norte de la Asociación Brasileña de la Industria Hotelera (ABIH), Enrico Fermi, creía que el Nordeste estaba en “una posición privilegiada tanto desde el punto de vista del turismo interno como del internacional” (O turismo do RN ganha com a crise, 2008, 19 de Noviembre). A su vez, el secretario estatal de turismo en la época, Fernando Fernandes, tenía buenas expectativas con

²⁰ Otros motivos que el sector apunta son la reducción de vuelos regulares y chárteres al estado, aumento de las tarifas aéreas debido a los precios del crudo, la fuerte competencia de otros destinos (O turismo pede socorro, 2008, 15 de Noviembre; Turismo movimenta quase R\$ 1 bi, 2008, 15 de Marzo; Turismo potiguar resiste à crise, 2007, 12 de Agosto).

relación al turismo doméstico, pero cuanto al turista internacional decía que no responderían de inmediato a la depreciación del real debido a la antelación con que suelen ser comprados los paquetes turísticos (Albuquerque, 2008, 21 de Diciembre). Por el mismo motivo – la antelación en la compra de paquetes turísticos –, la presidenta de la Asociación Brasileña de Agencias de Viajes en Rio Grande do Norte, Ana Carolina Costa, indicaba que los brasileños que habían comprado paquetes turísticos para viajes al exterior antes de la depreciación del real no cambiarían sus planes (Albuquerque, 2008, 21 de Diciembre).

Sin embargo, poco tiempo después, en enero de 2009, el real volvió a ser valorizado – y sigue esta tendencia hasta al menos el segundo semestre de 2010. En la mitad de 2009, período del año que suele ser una temporada turística importante en Rio Grande do Norte debido a las vacaciones en el hemisferio norte (además de las vacaciones escolares en Brasil), el sector demostraba preocupación por los resultados. Un representante de la ABIH indicaba que sería el peor resultado de esa temporada en diez años (Ocupação da baixa estação é a pior dos últimos 10 anos, 2009, 14 de Julio).

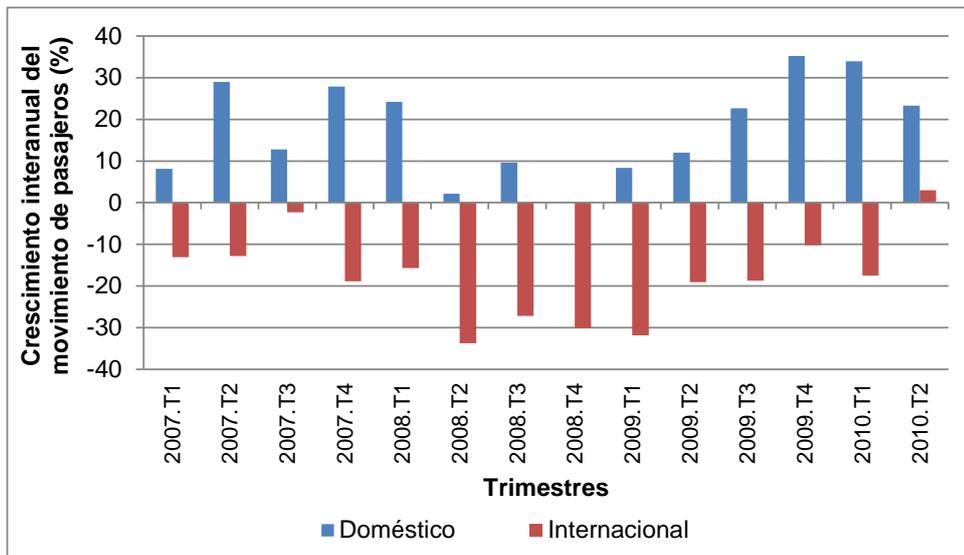
En este análisis se encuentran más argumentos que corroboran la opinión de que esta fluctuación del real en el segundo semestre de 2008 no generaría un impacto relevante en las llegadas turísticas a Rio Grande do Norte. Estructuralmente, como indica Rabahy (2003), los mercados internacionales de larga distancia del turismo brasileño presentan poca sensibilidad a fluctuaciones del tipo de cambio en el país. Además, cuando el real sufrió la devaluación en 2008, las principales economías avanzadas enfrentaban los problemas económicos asociados a la crisis, y las expectativas para los meses siguientes eran bastante negativas. El desfase de tiempo entre los cambios en los ciclos económicos y el desempeño del turismo, como se ha indicado en la literatura, también genera dudas cuanto al tiempo de respuesta de la demanda a fluctuaciones cambiarias – difícilmente la respuesta sería inmediata. De la misma manera, como manifestado por algunos representantes del turismo en Rio Grande do Norte, la compra de paquetes turísticos suele ser realizada con alguna antelación, lo que permitiría defender que una fluctuación cambiaria podría tardar a producir efectos sobre el turismo. Por otro lado, si durante la crisis aumentan las compras de viajes de última hora, como se comenta en la literatura, esto contribuiría a reducir el desfase de tiempo entre la fluctuación cambiaria y la llegada de turistas, pues los turistas podrían aprovecharse en el último momento de las ventajas del tipo de cambio.

La rápida devaluación del real, en su momento, no interrumpió el descenso del movimiento internacional de pasajeros en Rio Grande do Norte. Al contrario, en el período

más grave de la crisis, hubo una intensificación de esta tendencia. Solamente a partir del segundo semestre de 2009 se ameniza el ritmo del descenso (Figura 16). La larga secuencia de trimestres con variaciones negativas fue interrumpida en el segundo trimestre de 2010 (después de 15 trimestres consecutivos, desde el tercer trimestre de 2006), cuando se registró un crecimiento interanual positivo de un 3%. No obstante, parece tratarse de una retomada aún muy débil, al verificarse que un vuelo chárter entre Madrid y Natal iniciado en julio de 2010, programado para ser operado por 10 meses, fue redimensionado para cinco meses debido a la pequeña demanda de turistas españoles por Rio Grande do Norte (Araújo, 2010, 25 de Agosto) – habría que verificar si motivada por problemas de la demanda, del destino o ambas cosas.

De otro lado, tras ralentizarse en el período más grave de la crisis, el movimiento de pasajeros en vuelos domésticos en Rio Grande do Norte registra crecimiento trimestral interanual por encima de los 10% desde el segundo trimestre de 2009. Parece factible atribuir tal evolución principalmente al crecimiento de la economía brasileña en el período reciente, que genera mayor circulación de pasajeros por ocio, negocios y otros motivos. El real en apreciación desde el comienzo de 2009, que estimula los viajes al exterior, parece no perjudicar el turismo en Rio Grande do Norte. Otro factor que puede ayudar a explicar tal crecimiento es el estímulo a los viajes domésticos dado por entidades públicas (como el Ministerio del Turismo o el gobierno de Rio Grande do Norte, a través de campañas publicitarias) y privadas (mayor atención de los prestadores de servicios turísticos al mercado doméstico debido a la coyuntura de crisis, con campañas promocionales, promociones, descuentos, etc.).

Figura 16. Crecimiento trimestral interanual del movimiento de pasajeros en el aeropuerto Augusto Severo, Rio Grande do Norte.



Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Infraero (2010).

La disminución del volumen de turistas extranjeros afectaría de forma distinta los destinos turísticos del litoral del Estado. Según Enrico Fermi, de la ABIH, las playas del litoral sur y norte del Estado sufrirían los efectos negativos del descenso de la demanda internacional, pues crecieron con base en esta demanda. A su vez, las zonas turísticas de la ciudad de Natal, reducto más tradicional de los turistas domésticos, se beneficiarían más fuertemente del incremento de este público (Crise financeira mundial beneficia o turismo no RN, 2008, 18 de Diciembre).

Motivado por el escenario cambiario en el inicio de la crisis, el sector turístico apostaba por el crecimiento del mercado interno antes mismo del optimismo creado en Brasil tras el desempeño relativamente positivo de su economía en la crisis. El presidente de la ABIH en el Estado destacaba en la mitad de 2009 que “el flujo de extranjeros para Rio Grande do Norte ha disminuido bastante, mientras hemos tenido un aumento de un 10% de turistas en Natal, por parte del público doméstico, este año” (Dantas, 2009, 23 de Agosto). En el final de 2009, se comentaba que el crecimiento del turismo doméstico había compensado la pérdida de los turistas internacionales. El público regional también era objeto de expectativas, especialmente porque su llegada sería facilitada por las obras de duplicación de una de las principales carreteras del país (la BR-101) en los Estados de Rio Grande do Norte, Paraíba y Pernambuco, prevista para concluirse a finales de 2010 (Dantas, 2009, 27 de Diciembre; Praias do RN recebem turistas brasileiros, 2009, 1 de Febrero). Para incrementar las visitas, la

Secretaria de Turismo de Rio Grande do Norte reforzaba sus acciones promocionales en importantes mercados para el turismo estatal, como São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro y Pernambuco (Dantas, 2009, 23 de Agosto).

Otra estrategia adoptada para impulsar la actividad turística en Rio Grande do Norte en el período de crisis fue incrementar el turismo de negocios y eventos. La actuación del Natal Convention & Visitors Bureau en la captación de eventos para la ciudad fue determinante en este sentido (Moura, 2010, 17 de Enero). Además, el poder público invirtió en la realización de eventos gastronómicos, literarios, deportivos y musicales para atraer a la demanda (Dantas, 2009, 23 de Agosto). Este segmento turístico era aún poco explotado en Rio Grande do Norte, que aún dedica buena parte de sus esfuerzos al turismo de ocio en su litoral.

5.7.2 El impacto sobre los proyectos turístico-inmobiliarios

El aumento de las actividades turístico-inmobiliarias en Rio Grande do Norte, ya comentado en este capítulo, generó altas expectativas cuanto a impactos positivos sobre la economía y el turismo local. A finales de 2007, al inaugurar un puente que facilitaría la comunicación entre Natal y el litoral norte del Estado, la entonces gobernadora de Rio Grande do Norte, Wilma de Faria, afirmaba que los proyectos turístico-inmobiliarios deberían generar “cerca de 90 mil empleos en los próximos cuatro años”. Su secretario de turismo en la época, Fernando Fernandes, estimaba la construcción de 100 nuevos proyectos turístico-inmobiliarios en el litoral norte, la triplicación del número de plazas hoteleras en el Estado (llegando a 120 mil), y la creación de 400 a 500 mil empleos en la construcción de los emprendimientos.

Ya en el inicio de 2010, Fernando Fernandes indicaba que ninguno de los grandes proyectos había sido concretizado debido a la llegada de la crisis inmobiliaria española y de la crisis económica mundial (Julião, 2010, 28 de Febrero).

Desde España vinieron algunas señales de problemas en el mercado inmobiliario antes de que la crisis se tornara una realidad concreta, con impacto directo en Rio Grande do Norte. En marzo de 2008, el Grupo Sánchez, responsable por el proyecto Elegance Natal Golf, presentó concurso voluntario de acreedores en España debido a los problemas financieros a que se enfrentaba (Grupo espanhol Sánchez pede concordata preventiva, 2008, 25 de Marzo). En otro caso conocido, el empresario Luis Nicolás Mateos, también español, promotor del proyecto Lagoa do Coelho Resort en el litoral norte de Rio Grande do Norte, fue detenido en diciembre de 2008 acusado de desviar los recursos con las ventas de las viviendas de su

proyecto, sin iniciar las obras. El empresario atribuye la situación a problemas que la crisis generó para sus socios y para la financiación del proyecto (Fernández, 2009, 7 de Junio).

Los eventos del sector también revelaban la retracción que estaba en curso en el mercado. En abril de 2008, al Salón Inmobiliario Internacional de Madrid, uno de los centros de difusión del mercado turístico-inmobiliario de Rio Grande do Norte, registraba un descenso de un 36,4% en la oferta de inmuebles (Grupo Sánchez confirma obras do Natal Golf, 2008, 15 de Abril).

Hay en la prensa diversos testimonios de representantes del propio sector turístico-inmobiliario, de que la crisis económica supuso un serio obstáculo al desarrollo de proyectos de este tipo en el Nordeste, y particularmente en Rio Grande do Norte, donde su crecimiento había sido elevado. El entonces secretario estatal de turismo, Fernando Fernandes, reconoce que la crisis disminuyó tanto el flujo de turistas como el interés de los inversores extranjeros, especialmente porque la mayor parte de estos últimos eran españoles o portugueses, con sus economías muy afectadas por la crisis (Investimentos reduzem ritmo no RN, 2009, 1 de Febrero).

Felipe Cavalcante, presidente de Adit, la principal asociación empresarial del sector, resume la situación de la siguiente forma:

Había una euforia muy grande principalmente entre emprendedores internacionales, que estaban anunciando emprendimientos en el Nordeste. La crisis drenó ese mercado. Con esto, algunos proyectos van a ser redimensionados, otros van a ser cancelados y otros van a cambiar de foco, van a ser direccionados al público local. (Moura, 2010, 28 de Febrero)

Debido a las dificultades enfrentadas en las economías avanzadas – en especial la europea –, en su enorme mayoría los proyectos fueron cancelados, paralizados, o al menos modificados para adecuarse a la nueva situación, en la cual las fuentes de financiación fueron seriamente afectadas y la demanda externa se debilitó. Silvio Bezerra, director de la constructora Ecocil – una de las más grandes del Estado –, vicepresidente de la Adit, y presidente del Sindicato de la Industria de la Construcción Civil (Sinduscon) en Rio Grande do Norte en el período, afirmó en diciembre de 2008 que un proyecto de su empresa destinado al segmento de segunda residencia para extranjeros también estaba paralizado (Ecocil vende metade de suas ações, 2008, 23 de Diciembre). En otro caso, los proyectos en el Estado de la inmobiliaria española Inmovalero estaban paralizados en febrero de 2009 debido a la crisis, según su director general (Investimentos reduzem ritmo no RN, 2009, 1 de Febrero).

Situación similar se observa en otros destinos internacionales en que hubo un fuerte crecimiento del sector inmobiliario asociado al turismo antes de la crisis, causando diversos efectos negativos sobre las poblaciones locales. La crisis ha interrumpido el ritmo de expansión de las inversiones turístico-inmobiliarias en Centroamérica (Cañada, 2010; Gómez, Kandel y Morán, 2009), por ejemplo, donde la retracción de la economía de Estados Unidos se ha hecho sentir.

Además de la crisis, la justificación para la cancelación de algunos proyectos en Rio Grande do Norte eran los problemas con la reglamentación ambiental, especialmente las licencias que el Idema (Instituto de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente), un organismo del gobierno estatal de Rio Grande do Norte, tenía que emitir a los emprendimientos turístico-inmobiliarios para que estos pudieran ser desarrollados. Proyectos del Grupo Sánchez y de Inmovalero, por ejemplo, se enfrentaron a dificultades en cuestiones ambientales que retrasaron su implantación (Dantas, 2009, 20 de Diciembre; Investimentos reduzem ritmo no RN, 2009, 1 de Febrero). En la opinión de Silvio Bezerra, “si algunas licencias hubiesen sido emitidas cuando había demanda, quizás la construcción de algunos emprendimientos se hubiese tornado irreversible”. En su opinión, para estimular el regreso de las inversiones el gobierno del Estado tendría que acelerar y validar las licencias necesarias (Lopes, 2010, 28 de Marzo). Felipe Cavalcante apunta la subjetividad de la legislación de licencias ambientales como un obstáculo a la construcción de equipamientos turísticos en el litoral, que impiden el crecimiento del sector (Moura, 2010, 28 de Febrero).

Los problemas en la aplicación de la legislación en Brasil son notorios. Por lo demás, tal situación revela una situación de tensión en el crecimiento turístico-inmobiliario de Rio Grande do Norte y del Nordeste. Por un lado, hay un Estado incapaz de atender a los pedidos de emisión de licencias, aunque la llegada de los inversores sea ampliamente promovida por el poder público estatal. De otro lado, ciertamente hay proyectos potencialmente perjudiciales a la cuestión medioambiental, y si el Idema no actuara la situación podría causar graves daños a los recursos naturales del Estado.

Otro de los motivos para la cancelación de proyectos – posiblemente más correcto que el anterior – es que tenían fines esencialmente especulativos. La retracción del mercado provocada por la crisis disminuyó el interés por especular con el sector turístico-inmobiliario en el Nordeste. El secretario de turismo de Ceará y presidente de una fundación que reúne los organismos de turismo de los Estados de la región, comenta:

Hubo especulación, emprendedores que, después de anunciar proyectos de grandes complejos, usaron el apoyo recibido para hacer especulación inmobiliaria. Con el compromiso de que tendrían agua, saneamiento, energía, iban al exterior vender los terrenos, que ya valían mucho más. (Sandes, 2010, 13 de Junio)

Submercados específicos del sector turístico-inmobiliario, como el de terrenos o de apartoteles, también eran utilizados en la especulación. Ambos tuvieron modificaciones cuando llegó la crisis. Felipe Cavalcante, de la Adit, dice que muchas de las personas que estaban comprando terrenos pasaron a venderlos debido a la situación económica (Moura, 2010, 28 de Febrero). Cuanto a los apartoteles, un director del Consejo Regional de Corredores de Inmuebles de Rio Grande do Norte afirma que unidades que antes se vendían a R\$ 6 mil por metro cuadrado, después de la crisis pasaron a ser negociadas por R\$ 3,5 mil o R\$ 4 mil (Moura, 2010, 21 de Febrero).

La dinámica especulativa en general fue interrumpida por la crisis, según el presidente de la Adit. Personas que llegaron al Nordeste interesados en especular dejaron la región tras la crisis pues el negocio dejó de ser rentable.

Lo que pasó hace cinco, seis años en Natal, Fortaleza, Bahía, fue que quién ahí llegó no eran los profesionales del sector. Fueron personas que vieron potencial de hacer negocio, de especular. Con la crisis, esas personas salieron del mercado. (...) Al mismo tiempo en que fue un punto de inflexión porque eliminó los aventureros y especuladores, la crisis trajo al Nordeste la atención de las empresas de primera línea. (Moura, 2010, 28 de Febrero)

Los proyectos que no fueron discontinuados, en su mayoría, tuvieron que adaptarse a la nueva realidad económica para proseguir. La estrategia más adoptada fue la adecuación a la demanda brasileña en crecimiento. En artículo publicado pocos días antes de la edición 2010 de la Nordest Invest – feria del sector turístico-inmobiliario promovida por la Adit, este año realizada en Natal –, Felipe Cavalcante declaraba que el crecimiento del mercado interno brasileño, el déficit habitacional en el país, y el estímulo del gobierno federal al sector inmobiliario residencial llevaba los inversores a “explotar el potencial de crecimiento de la clase media”, y no más los proyectos con foco en los extranjeros (Cavalcante, 2010, 5 de Abril). Esta es la tónica del panorama poscrisis.

El emprendimiento del Grupo Sánchez, amenazado de interrupción en el comienzo de la crisis, es un ejemplo de este cambio de orientación. A finales de 2009 se estaban reiniciando las obras del proyecto, pero con enfoque en el público doméstico, y no más en el extranjero, como inicialmente se ha pretendido. Se consideraba incluso la posibilidad de venderlo como residencia principal, gracias al puente inaugurado en 2007 que acotaba la

distancia entre el emprendimiento – situado en la Playa de Pitanguí, municipio de Extremoz – y Natal (Dantas, 2009, 20 de Diciembre; Investimentos reduzem ritmo no RN, 2009, 1 de Febrero).

La empresa inglesa Sotheby's adoptó estrategia semejante, al reorientar un proyecto en la playa de Muriú (municipio de Ceará-Mirim), frecuentada por la clase alta del Estado, desde el público internacional hacia el público local (Dantas, 2009, 20 de Diciembre).

Para el presidente de la Adit, el enfoque en el mercado local es la principal diferencia entre el inversor de antes de la crisis y del poscrisis:

“el [inversor] de dos años atrás quería invertir para el extranjero y el de hoy viene para explotar el potencial de la clase media y del mercado internos. Si usted pretende atraer inversión hoy, tiene que tener un producto que explote el mercado local. (Moura, 2010, 28 de Febrero)

Otros agentes del mercado ofrecen diagnóstico similar. Silvio Bezerra (Ecocil, Sinduscon, Adit) afirma que “es necesario separar las cosas. La crisis existe para la venta de emprendimientos orientados a extranjeros. El mercado nacional, doméstico, sigue muy fuerte, viento en popa” (Lopes, 2010, 28 de Marzo). Un director de una constructora local afirma: “Hoy día ocurren una u otra venta a extranjeros. El objetivo es el público interno y más fuertemente los inmuebles orientados al programa del gobierno federal Mi Casa, Mi Vida” – un programa de estímulo al sector inmobiliario y a la compra de viviendas por familias de menor nivel de renta (Dantas, 2009, 20 de Diciembre).

En la opinión de Felipe Cavalcante, de la Adit, hay un retorno de las inversiones a partir de noviembre de 2009. El empresario comenta que en 2008 se decía que las inversiones estarían paralizadas en 2009 por todo el mundo, pero que en 2010 habría un retorno, especialmente en Brasil, valorizado tras el enfrentamiento de la peor fase de la crisis hasta el momento (Moura, 2010, 28 de Febrero).

Pese el cambio de orientación hacia el mercado doméstico, los extranjeros no fueron definitivamente descartados, incluso en proyectos modificados para atender al público brasileño, aunque se sepa que la situación en las economías avanzadas aún no es completamente favorable. (Dantas, 2009, 20 de Diciembre; Estrangeiros de volta ao RN, 2010, 13 de Marzo).

La realización del Campeonato Mundial de Fútbol de 2014 en Brasil, anunciada en 2007, estimula el retorno de las inversiones en Rio Grande do Norte, que recibirá partidos del torneo en Natal. En el inicio de 2010, Silvio Bezerra (Ecocil, Sinduscon, Adit) afirmaba que

los proyectos serían retomados en los dos años siguientes, para que estuvieran finalizados antes de la competición (Julião, 2010, 28 de Febrero; Lopes, 2010, 28 de Marzo)²¹.

Tanto para el sector turístico tradicional como para el sector de viviendas secundarias para extranjeros, el mercado brasileño y el Campeonato Mundial de Fútbol son los principales motivadores del regreso de las inversiones en Rio Grande do Norte. Felipe Cavalcante, de la Adit, manifiesta sus perspectivas optimistas: “tanto en la parte inmobiliaria como en el turismo no conseguimos visualizar ninguna gran amenaza en los próximos cinco años”. El mercado internacional no está completamente fuera de consideración, pero la debilidad de la recuperación económica en las economías avanzadas, al menos hasta finales de 2010, impide demasiado optimismo cuanto al pronto regreso de la demanda externa al Estado.

5.7.3 Medidas del gobierno de Rio Grande do Norte contra la crisis

Las medidas del gobierno estatal contra la crisis, destinadas al sector turístico, según se recoge en su página web y en la prensa local, lidian básicamente con el volumen de recursos públicos destinados al turismo y concesiones fiscales a empresas de este sector.

En octubre de 2008, el gobierno estatal anunció medidas de recorte de gastos, aumento de recaudación e inversiones. Entre las principales medidas estaba el recorte de un 20% de sus costes administrativos y de personal (Governadora anuncia medidas econômicas e garante obras, 2008, 24 de Octubre). El turismo fue el único sector que no tuvo disminución de su presupuesto para afrontar la crisis. La justificación para tal, según el gobierno estatal, era la importante contribución de la actividad a la economía del Estado y su capacidad para generar rápidos resultados positivos en la economía, además de la diferencia cambiaria supuestamente más atractiva en aquella época. Más aún, el turismo recibió un aporte de R\$ 10 millones para promoción turística, a cargo de la empresa estatal Emprotur, dedica exclusivamente al tema. Este recurso sería aplicado en actividades de marketing y promoción en los mercados regional, nacional e internacional (Europa y Estados Unidos). Entre las acciones mencionadas están la participación en ferias y eventos, la realización de seminarios técnicos sobre el destino, la elaboración de material promocional, la realización de *press trips*, y campañas promocionales en revistas de aerolíneas internacionales, revistas y páginas web de turismo (Governo investe R\$ 9 milhões para divulgação turística, 2009, 1 de Marzo).

²¹ A finales de 2010 no estaba asegurada la participación de Natal como una de las sedes del Mundial de Fútbol de 2014, debido a problemas en la licitación de la construcción del estadio que abrigaría los partidos.

Además, inversiones en transporte en Natal y en transporte y saneamiento en Tibau do Sul, que repercuten positivamente en el turismo, no serían canceladas (Falta planejamento para o turismo, 2008, 2 de Noviembre; O bom remédio contra a crise, 2008, 14 de Noviembre).

Las empresas turísticas también fueron beneficiadas por una medida que cambió el régimen de tributación de pequeñas y medianas empresas – no solamente turísticas –, asegurándoles la permanencia en una franja especial de tributación, aunque sobrepasen el límite de ingresos de la categoría establecido en la legislación (Governadora anuncia medidas econômicas e garante obras, 2008, 24 de Octubre).

En diciembre de 2008, gobierno y representantes empresariales, incluidos los del sector turístico, firmaron un pacto anticrisis para evitar despidos por al menos cuatro meses (Governadora e empresários assinam pacto, 2008, 4 de Diciembre).

Otra medida implantada por el gobierno estatal fue la reducción, en abril de 2009, de la alícuota de un impuesto estatal para el consumo de energía eléctrica de empresas de hoteles y posadas, de un 25% para un 17%, con duración indefinida. La medida es una antigua reivindicación del sector, que extiende al turismo un beneficio que ya disfrutaban las empresas de alojamiento de otros Estados del Nordeste y el sector industrial del propio Rio Grande do Norte. El gobierno estimaba que esta acción beneficiaría a más de 469 empresas de alojamiento con consumo superior a 300 kWh. El sector de alojamiento argumenta que el gasto con energía responde por un 15% a un 18% del total, superado solamente por los costes de personal, y por tanto representa una ayuda importante en un momento de retracción de la demanda (Decreto reduz ICMS da tarifa elétrica para hoteleiros, 2009, 15 de Abril; Conta de energia fica mais barata para hotéis e pousadas, 2009, 16 de Abril).

5.8 Conclusiones del capítulo

Gracias a sus atractivos turísticos, Rio Grande do Norte se convirtió en un importante destino turístico, primeramente para el público nacional, y particularmente a partir de los años 1990, para el público internacional. El estímulo al turismo ocurre básicamente desde la década de 1980, capitaneado por el gobierno estatal. Fueron las inversiones públicas realizadas por el Estado, en especial aquellas del Prodetur, que al sanar diversos problemas de infraestructura impulsaron el turismo estatal y atraieron a inversiones nacionales e internacionales.

Las facilidades existentes para la movilidad internacional de capitales, el crecimiento económico y financiero mundial, y la saturación de los mercados inmobiliarios europeos

atrajo a Rio Grande do Norte personas y empresas interesadas en invertir en el mercado inmobiliario local. Hubo un intenso aumento de la compra de residencias por extranjeros para ocio o como inversión. Muchos proyectos asociaron las viviendas a infraestructuras hoteleras de alto nivel, en asociación con reconocidas marcas internacionales. La expansión del sector turístico-inmobiliario, impulsada con vigor por el poder público estatal, causó grandes expectativas sobre el desarrollo de la región, pese a la existencia de impactos sociales y ambientales importantes.

Sin embargo, la crisis económica internacional desafió la expansión del turismo de Rio Grande do Norte basada en una demanda turística e inmobiliaria europea, fuertemente afectada por la coyuntura internacional. Una gran cantidad de emprendimientos fueron cancelados o paralizados, mientras la llegada de turistas disminuía y las empresas se enfrentaban a dificultades para ejecutar los proyectos.

La demanda internacional en descenso fue sustituida en el período de crisis por el consumidor nacional, al menos parcialmente. Gracias al crecimiento económico del país en los últimos años y su enfrentamiento positivo de la crisis, Brasil tiene perspectivas de crecimiento superiores a la mayoría de las economías avanzadas, y su demanda interna está en un momento de fortaleza. Aunque el tipo de cambio acentuó la competencia entre destinos turísticos del Nordeste y destinos extranjeros asequibles a los brasileños, hay un aumento de las visitas domésticas a la región, principalmente debido al aumento del consumo de la clase media de la población, lo que compensa la ausencia de los turistas internacionales. Por su parte, el sector inmobiliario encontró en el déficit habitacional brasileño y en los programas de estímulo del gobierno federal la alternativa para sustituir a los compradores extranjeros de viviendas.

Lo ocurrido a causa de la crisis de 2008 debe de ser útil como enseñanza para el futuro. El cambio de orientación de los negocios turísticos hacia el público doméstico no significa que nuevos procesos especulativos no podrán ocurrir, aún más con el posible sobrecalentamiento a corto plazo de economía brasileña. La repetición de comportamientos especulativos también puede ser impulsada por las desproporcionadas expectativas generadas por la realización en Brasil del próximo Campeonato Mundial de Fútbol. Asimismo, cuando vuelvan a crecer las llegadas de turistas extranjeros a Rio Grande do Norte – y al Nordeste brasileño como un todo –, es posible que los actores interesados intenten retomar el crecimiento turístico-inmobiliario siguiendo el mismo modelo implantado en el período

precrisis. Tales aspectos refuerzan la necesidad de aprendizaje a partir de la experiencia de la crisis de 2008, para que no se repitan los mismos errores.

Los resultados de la investigación empírica desarrollada para este estudio, presentados en el siguiente capítulo, permiten profundizar la discusión sobre los efectos de la crisis económica internacional sobre el turismo de Rio Grande do Norte.

6. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS: LA CRISIS ECONÓMICA DE 2008 Y EL TURISMO EN RIO GRANDE DO NORTE

6.1 Introducción

En este capítulo se presentan los resultados de la encuesta realizada con representantes del sector turístico en Rio Grande do Norte. Los resultados obtenidos son evidencias de efectos de la crisis económica internacional de 2008 sobre el turismo en el área objeto de estudio, y de medidas dadas en respuesta a la crisis. Su utilidad es especialmente relevante si se considera la carencia de datos secundarios que permitirían realizar este análisis. De esta forma, la encuesta complementa y amplía el conjunto de informaciones sobre el estudio de caso, obtenidos a través de las fuentes bibliográficas y documentales. Las evidencias empíricas conseguidas serán contrastadas con las hipótesis y teorías existentes, buscándose contribuir al desarrollo de los estudios sobre el tema. La encuesta también permite incorporar a la investigación la visión local sobre el tema, desde perspectivas variadas dentro del propio sector turístico.

Tras esta introducción, en la cual se dan recomendaciones para la lectura de los resultados y se presentan algunas características del conjunto de entrevistados que participaron de la encuesta, el capítulo tiene dos otros subapartados, que abordan primeramente los asuntos relacionados con los efectos de la crisis sobre Rio Grande do Norte, y en seguida con las medidas de respuestas a tales efectos. Los procedimientos metodológicos que orientaron la realización de la encuesta están descritos en el capítulo anterior.

Diversas tablas son utilizadas para presentar los resultados de la encuesta. En la mayor parte de los casos, estas tablas contienen el resultado de las opiniones de los entrevistados sobre afirmaciones que les fueron presentadas sobre temas relacionados con la crisis económica y el turismo en Rio Grande do Norte. Es el caso de la Tabla 17, por ejemplo. Las valoraciones de los entrevistados fueron registradas en cinco categorías que representan su nivel de acuerdo con cada una de las afirmaciones, como ya se ha mencionado en el capítulo anterior, cuáles sean: “total desacuerdo” (que recibió el valor 1), “desacuerdo parcial” (valor 2), “neutral” (valor 3), “parcialmente de acuerdo” (valor 4), “totalmente de acuerdo” (valor 5). Estas tablas presentan las medias calculadas para cada afirmación a partir de los valores correspondientes a cada una de las categorías de respuesta obtenidas y la desviación típica de las respuestas de cada afirmación. Se presentan también el porcentaje de respuestas en desacuerdo con la afirmación (la suma de los porcentajes de respuestas dadas a las categorías

“total desacuerdo” y “desacuerdo parcial”), el porcentaje de respuestas neutrales (referente a la categoría “neutral” en el cuestionario), y el porcentaje de respuestas de acuerdo con la afirmación (la suma de los porcentajes de respuestas dadas a “parcialmente de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”).

La interpretación de los resultados se basa principalmente en las medias calculadas. Se adopta que medias inferiores a 3 (el valor medio de la escala) indican preponderancia del desacuerdo con relación a la afirmación, y cuanto más próximas a 1 mayor es el desacuerdo. Por el contrario, las medias superiores a 3 indican que el acuerdo con la afirmación es dominante, y cuanto más próximas a 5 mayor es el grado de acuerdo. Las respuestas que tienen media 3 o valores muy próximos a este indican predominancia de la neutralidad o división de opiniones.

Antes de iniciarse el análisis de los resultados, se presentan los tipos de entrevistados y su vinculación a los consejos que motivaron su inclusión en la muestra. Las entidades que aceptaron participar de la investigación son principalmente entidades de representación empresarial (seis entidades, o un 24% del total de entrevistados), organismos públicos municipales (también un 24%), y entidades de formación o investigación relacionados con el turismo (cinco entidades, o un 20%), conforme se indica en la Tabla 3. Además, colaboraron con la investigación dos bancos públicos, dos organismos públicos estatales, dos organizaciones no gubernamentales, una consultora y una entidad de representación profesional.

Tabla 15
Tipos de entidades entrevistadas

Tipos de entidades	Frecuencia	Porcentaje
Entidad de representación empresarial	6	24,0
Organismo público municipal	6	24,0
Formación e investigación	5	20,0
Banco público	2	8,0
Organismo público estatal	2	8,0
Organización no gubernamental	2	8,0
Consultora	1	4,0
Entidad de representación profesional	1	4,0
Total	25	100,0

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Entre las entidades entrevistadas, 12 pertenecen al Consejo Estatal de Turismo y 16 al Consejo del Pólo Costa das Dunas, relacionado con el Prodetur, conforme se indica en la

Tabla 16. Ocho entidades son miembros de estos dos consejos simultáneamente. Además, 5 otras entidades entrevistadas fueron elegidas por su relevancia para la investigación.

Tabla 16
Motivo de inclusión en la muestra

Motivo de inclusión	Frecuencia	Porcentaje
Miembro del Consejo Estatal de Turismo (Conetur)	12	48,0
Miembro del Consejo del Pólo Costa das Dunas	16	64,0
Relevancia	5	20,0
Total	25	-

Nota. Fuente: Elaboración propia. Ocho entrevistados participan tanto del Conetur y como del Consejo del Pólo Costa das Dunas.

6.2 Efectos de la crisis

La mayoría de los entrevistados opinan que la crisis no solamente afectó las economías de países desarrollados, como indica la media de 1,96 para la afirmación referente a la restricción de los efectos de la crisis a estos países, expuesta en la Tabla 17. La crisis también afectó la economía brasileña y la de Rio Grande do Norte, según los entrevistados, que revelan un mayor nivel de acuerdo sobre la existencia de impactos en la economía del Estado que en la economía del país, como indican las medias de 3,56 y 3,40, respectivamente.

Sobre los impactos en el turismo, la enorme mayoría de los entrevistados están de acuerdo con las afirmaciones de que la crisis ha afectado la actividad turística en Brasil y en Rio Grande do Norte, como indican las medias de 3,80 y 3,84, respectivamente (Tabla 17). Además, se desprende que los entrevistados perciben que la actividad turística ha sido más afectada que la actividad económica en general, como revelan las medias más altas para las afirmaciones referentes a los efectos sobre el turismo (3,80 y 3,84) en comparación con aquellas referentes a los efectos sobre la economía (3,40 y 3,56).

Cuestionados sobre la existencia de efectos más fuertes sobre el turismo de Rio Grande do Norte en comparación con otros Estados brasileños competidores, los entrevistados indicaron opiniones favorables y desfavorables al respecto, en proporciones equilibradas, y media de 3,04, lo que impide una afirmación categórica sobre este tema a partir de las respuestas obtenidas.

Tabla 17
Efectos de la crisis sobre la economía y sobre el turismo

Afirmaciones	Media	Desviación típica	Porcentaje		
			Desacuerdo	Neutral	Acuerdo
La crisis sólo ha afectado las economías de los países desarrollados.	1,96	1,369	76,0	4,0	20,0
La economía brasileña ha sido muy afectada por la crisis.	3,40	1,000	32,0	0,0	68,0
La economía de Rio Grande do Norte ha sido muy afectada por la crisis.	3,56	1,083	28,0	4,0	68,0
El turismo brasileño ha sido muy afectado por la crisis.	3,80	1,000	20,0	0,0	80,0
El turismo de Rio Grande do Norte ha sido muy afectado por la crisis.	3,84	1,143	24,0	0,0	76,0
El impacto negativo de las crisis en el turismo de Rio Grande do Norte fue superior al de los Estados brasileños competidores.	3,04	1,429	45,8	16,7	37,5

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Pocos fueron los entrevistados que contestaron a las preguntas sobre el período en que la crisis ejerció efectos sobre el turismo de Rio Grande do Norte. Los semestres de inicio más apuntados fueron el segundo de 2008 y el primero de 2009, cada uno con el 33,3% de las observaciones (Tabla 18). Los resultados sobre el final de los efectos de la crisis son menos claros: el segundo semestre de 2009, el primero de 2010 y el segundo de 2010 recibieron cada uno el 21,4% de las respuestas; sin embargo, la respuesta más frecuente fue que la crisis aún ejercía efectos sobre el turismo de Rio Grande do Norte, con un 35,7% (Tabla 19).

Estos resultados permiten asumir que los efectos de la crisis sobre el turismo en Rio Grande do Norte ocurren aproximadamente en el mismo período de la propia crisis, iniciada en el segundo semestre de 2008, con resultados más evidentes en 2009, y que se prolonga por 2010. Es muy probable que el turismo de Rio Grande do Norte siga sufriendo algunos de los efectos de la crisis mientras las economías europeas estén en dificultades, lo que, en el momento de escribir estas líneas, no se sabe cuándo dejará de suceder.

Tabla 18
Inicio de los efectos de la crisis sobre el turismo de Rio Grande do Norte

Semestre	Frecuencia	Porcentaje
1er. semestre/2006	1	8,3
1er. semestre/2008	1	8,3
2do. semestre/2008	4	33,3
1er. semestre/2009	4	33,3
2do. semestre/2009	2	16,7
Total	12	100,0

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19
Final de los efectos de la crisis sobre el turismo de Rio Grande do Norte

Semestre	Frecuencia	Porcentaje
2do. semestre/2009	3	21,4
1er. semestre/2010	3	21,4
2do. semestre/2010	3	21,4
Crisis aún afecta	5	35,7
Total	14	100,0

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Los entrevistados consideran que la crisis causó muchos más efectos negativos que positivos sobre el turismo en Rio Grande do Norte. La afirmación sobre la existencia de diversos efectos negativos recibió una valoración media de 3,40, indicando el acuerdo, conforme se expone en la Tabla 20. A su vez, la afirmación similar sobre los efectos positivos registró media de solamente 1,96, lo que sugiere que los entrevistados en general no perciben la ocurrencia de efectos de esta categoría.

Tabla 20
Efectos negativos y positivos de la crisis

Afirmaciones	Media	Desviación típica	Porcentaje		
			Desacuerdo	Neutral	Acuerdo
La crisis ha generado diversos efectos positivos en el turismo de Rio Grande do Norte.	1,96	1,369	76,0	4,0	20,0
La crisis ha generado diversos efectos negativos en el turismo de Rio Grande do Norte.	3,40	1,000	32,0	0,0	68,0

Nota. Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 21 se presentan los resultados de la valoración que los entrevistados hicieron sobre los efectos de la crisis económica internacional en diversos aspectos relacionados con el turismo en Rio Grande do Norte. Antes de realizar el análisis de estos resultados, deben ser fornecidas algunas informaciones auxiliares a la interpretación de los datos de la Tabla 21. A los entrevistados se les solicitó que indicasen si hubo una disminución grande (valor -2 en el cuestionario), disminución pequeña (valor -1), estabilidad (valor 0), aumento pequeño (valor 1) o aumento grande (valor 2). Se trata de una escala similar a aquella adoptada en la mayor parte de las tablas aquí presentadas, con la diferencia de que la escala expuesta en Tabla 21 se inicia en el -2 y termina en el 2, con punto intermedio en el 0 (mientras la otra escala va del 1 al 5, con punto intermedio en el 3).

Así, las medias presentadas en la Tabla 21, cuando positivas, indican que el conjunto de entrevistados nota un aumento en estos aspectos; si negativas, indican la percepción de disminución; no se obtuvo ninguna media exactamente igual a cero, pero las medias muy próximas a este valor indican que prácticamente no hubo variación en el aspecto considerado. Los porcentajes de disminución y aumento presentados en la Tabla 21 son resultado de las sumas de disminución pequeña o grande, o de aumento pequeño o grande.

En la mayoría de los aspectos considerados, el aumento significa un efecto positivo y la disminución un efecto negativo, pero hay excepciones. Por ejemplo, la disminución de la cantidad de turistas europeos puede ser considerada un efecto negativo, pero la disminución de la especulación inmobiliaria sería considerada por muchos como un efecto positivo.

Pasadas estas consideraciones iniciales, se procede el análisis de los resultados. Los aspectos que registraron las disminuciones más expresivas fueron: cantidad de turistas extranjeros procedentes de Europa (media de -1,68), cantidad de turistas extranjeros procedentes de otros mercados (-1,32), cantidad de turistas extranjeros procedentes de Estados Unidos y Canadá (-1,04), ventas de casas o apartamentos para turistas extranjeros (-0,84), construcción de residencias secundarias, complejos turísticos, resorts y hoteles (-0,83), cantidad de turistas extranjeros procedentes de América del Sur (-0,68), y llegada de nuevos inversores privados extranjeros (-0,64). Estos resultados colaboran a evidenciar el descenso de la llegada de turistas internacionales y la contracción del sector inmobiliario asociado al turismo.

A su vez, los aspectos con los aumentos más significativos, según los entrevistados, fueron mejoras en la gestión de las empresas que prestan servicios turísticos (0,67), atención de los prestadores de servicios turísticos a cuestiones sociales y ambientales relacionados con

el turismo (0,64), pobreza y desigualdad social (0,60), atención de los turistas a cuestiones sociales y ambientales relacionados con el turismo (0,48), atención de los gobiernos a cuestiones sociales y ambientales relacionados con el turismo (0,44) y cantidad de turistas brasileños procedentes del Nordeste de Brasil (0,44). Entre los aspectos que más crecieron, según los entrevistados, es relevante el aumento de la atención de turistas, empresas y gobiernos a cuestiones sociales y ambientales relacionadas con el turismo. Otro aspecto destacable que registró crecimiento fue la llegada de turistas del propio Nordeste de Brasil. Mientras los resultados de estos últimos aspectos mencionados permiten considerarlos como efectos positivos de la crisis, el aumento de la pobreza y de la desigualdad social no lo es. Se trata de un impacto negativo importante de la crisis en Rio Grande do Norte, identificado por los entrevistados.

Los módulos de las mayores medias obtenidas son inferiores a los módulos de las menores medias (por ejemplo, el módulo de la media más baja es 1,68, mientras que el módulo de la media más alta es solamente 0,67). Esto significa que para los entrevistados las disminuciones son más evidentes o más intensas que los aumentos.

Tras indicar los aspectos con mayores variaciones positivas y negativas, se analizan más detenidamente los resultados de los grupos de aspectos evaluados: turistas, prestadores de servicios turísticos, empleo, sector turístico-inmobiliario, gobierno, y medio ambiente y sociedad.

Los aspectos referentes a los turistas, como ya se ha indicado brevemente, revelan la disminución de la llegada de turistas internacionales, especialmente aquellos provenientes de otros continentes. Las economías de Europa y de Estados Unidos son el centro de la crisis internacional, y claramente la contracción de sus economías ha afectado los viajes de sus residentes al extranjero, perjudicando destinos que dependían de esta demanda, como es el caso de Rio Grande do Norte. Para este destino la principal pérdida se refiere a los visitantes de Europa, que son su principal demanda extranjera. Los mercados de Estados Unidos y Canadá no son especialmente significativos para Rio Grande do Norte, así que su descenso, a pesar de perjudicial, no es determinante. A su vez, la disminución del flujo de turistas sudamericanos, aunque menor que la de los demás mercados, es relevante debido a su participación en el total de turistas internacionales que el Estado recibe (inferior a la de los europeos, pero significativa).

Como se ha analizado en el capítulo anterior, a finales de 2008 hubo la expectativa de que la depreciación de la moneda brasileña frente al dólar estadounidense, motivada por los

problemas económicos globales, podría favorecer la llegada de turistas a Rio Grande do Norte. Para verificar si esta fluctuación cambiaria temporaria generó beneficios en el Estado, se solicitó a los entrevistados su opinión al respecto. La afirmación relativa a la incidencia de impactos positivos a causa de dicha devaluación recibió media²² de 2,88, próxima de la neutralidad, pero indicando un ligero dominio del desacuerdo, lo que parece significar al menos que la devaluación no ha dejado beneficios muy evidentes. Algunos entrevistados incluso no se acordaban de la depreciación del real en el inicio de la crisis.

En contraste con la disminución de los turistas internacionales, los entrevistados informan el aumento de las llegadas de turistas brasileños, tanto del Nordeste como de otras regiones del país. El aumento de la llegada de estos turistas ocurre gracias a la mejor posición de la economía brasileña durante la crisis en comparación con otros países, muy estimulada por el crecimiento del consumo de los hogares brasileños, que también se refleja en el turismo. Sin embargo, como citan algunos de los entrevistados, el público brasileño que más crece en Rio Grande do Norte no tiene el mismo poder adquisitivo que los turistas que el Estado solía acoger, una vez que el crecimiento de las llegadas de brasileños se debe sobre todo a los turistas de las clases media y media-baja de la población brasileña, las que más han crecido en los últimos años. El turista brasileño de nivel más alto de renta fue atraído por los viajes a otros países, facilitados por el real apreciado en los últimos años, independientemente de la rápida depreciación en el período inicial de la crisis, y su presencia en Rio Grande do Norte disminuyó. Este cambio de perfil del turista, en el cual pasa a predominar un turista de menor nivel de renta, se refleja en la visión de los entrevistados de que descendieron los gastos de los turistas (media de -0,56) y la estancia en Rio Grande do Norte (-0,32).

Se delinea un panorama en el cual la disminución de la llegada de turistas internacionales, que suelen realizar mayores gastos y permanecer más tiempo en el destino, ha sido total o parcialmente compensada por el crecimiento de la presencia de turistas brasileños de menor nivel de renta, provenientes del propio Nordeste y de otras regiones del país, que pasaron a acudir en gran número a Rio Grande do Norte debido a la mejora de la situación económica del país. Según relatan algunos entrevistados, este cambio de orientación de mercado era una tendencia que ya se delineaba desde hace unos años, pero que la crisis hizo definitivamente necesario. Algunas empresas turísticas ya implantaban acciones para diversificar sus mercados emisores, pero la mayoría tuvo que pasar por el susto inicial de la

²² En la escala del 1 (total desacuerdo) al 5 (totalmente de acuerdo), utilizada en la mayoría de las tablas presentadas.

crisis para entonces reorientar sus acciones de captación hacia el público doméstico. Este mercado ha sido siempre un importante consumidor de turismo en el Nordeste de Brasil (muy superior al internacional en volumen de llegadas), pero en la crisis, debido a la coyuntura económica internacional y nacional, ha ganado relevancia una parcela específica de este mercado: aquella formada por las familias de nivel medio de renta, que antes no eran consumidoras masivas de turismo, pero que empezaron a hacerlo y llamando la atención de los destinos turísticos del país. El Nordeste está aprovechando esta nueva dinámica de consumo turístico, favorecido por su fuerte imagen en el país asociada a vacaciones de sol y playa, con precios competitivos para este nuevo segmento de consumo. En Rio Grande do Norte, este cambio en la composición de su demanda turística, provocó, según algunos entrevistados, el aumento de la cantidad de visitas al Estado, e incluso, también de acuerdo con parte de las opiniones recogidas, la mejora de la posición financiera de los prestadores de servicios turísticos en comparación con la situación anterior a la crisis, pese al menor poder adquisitivo individual de los nuevos consumidores.

Con relación a los prestadores de servicios turísticos, el aumento más alto fue registrado en el ítem mejoras en la gestión de las empresas que prestan servicios turísticos (media de 0,67). Otros dos aspectos relacionados también tuvieron aumentos, según los entrevistados, a pesar de menos significativos: ampliaciones y renovaciones en las instalaciones de las empresas turísticas (0,29) y calidad de los servicios turísticos (0,24). Este resultado está de acuerdo con la argumentación de que las crisis son una oportunidad para que se desarrollen acciones de mejora de gestión, de instalaciones, y de prestación de servicios.

Según los entrevistados, aumentó el endeudamiento de los prestadores de servicios turísticos (segunda mayor media del grupo, con 0,39), lo que se puede relacionar con las acciones de mejora de las empresas, con el descenso de los ingresos (segunda menor media del grupo, con -0,44, pese a las referidas manifestaciones de que los ingresos hayan crecido), e incluso con el aumento de la oferta de crédito a las empresas (media de 0,30). Sin embargo, se registró el aumento del cierre de empresas turísticas debido a la crisis (media de 0,33), que según algunos entrevistados afectó especialmente las empresas que priorizaban el mercado internacional. Los entrevistados notan también un aumento de costes asociados a la producción de servicios turísticos, mientras los precios se mantuvieron estables (0,32 y 0,04, respectivamente), lo que también podría dificultar las operaciones empresariales.

El desempeño diferente de la economía brasileña y de los países ricos en el período de la crisis repercutió en las inversiones realizadas en el turismo de Rio Grande do Norte. En la

opinión de los entrevistados, permaneció estable la llegada de inversores brasileños al Estado (media de 0,04), mientras que la llegada de inversores extranjeros se contrajo de forma importante, recibiendo, como ya se ha comentado, la media más baja de este grupo de aspectos (-0,64).

El descenso de las inversiones extranjeras en Rio Grande do Norte está muy relacionado con lo ocurrido en el sector inmobiliario asociado al turismo. En el capítulo anterior se observó que la crisis afectó el mercado orientado a la construcción y venta de residencias secundarias a turistas extranjeros, debido básicamente a la contracción de la demanda y de la financiación, interrumpiendo un ciclo de crecimiento elevado, con fuerte componente especulativo. Las opiniones de los entrevistados refuerzan esta perspectiva de retracción del sector. La venta de casas y apartamentos para extranjeros disminuyó, según las opiniones recogidas, recibiendo la media más baja del grupo de aspectos relacionados con el sector turístico-inmobiliario (-0,84). En casi la misma medida se percibe la caída de la construcción de residencias secundarias, complejos turísticos, resorts y hoteles (-0,83). Como ya se ha comentado, estos dos aspectos están entre aquellos que más disminución registraron, según la percepción de los entrevistados. El descenso de los negocios y las mayores dificultades para obtención de beneficios afectó también la especulación inmobiliaria relacionada con el turismo y las residencias secundarias, que disminuyó, según los entrevistados (media de -0,32). En principio, este panorama permitiría prever el descenso de los precios de casas y apartamentos en Rio Grande do Norte (no exclusivamente para turistas). Sin embargo, las respuestas obtenidas indican estabilidad o a lo mejor un descenso muy pequeño de estos precios (-0,12), con el conjunto de entrevistados muy divididos entre las percepciones de disminución y aumento.

El crecimiento del sector turístico-inmobiliario en Rio Grande do Norte suscita distintas opiniones sobre sus aspectos positivos y negativos. Con el objetivo de verificar la posición del conjunto de entrevistados al respecto y tener más informaciones para analizar si la contracción de este sector específico fue positiva o negativa para el turismo en el Estado, se incluyó en la encuesta la afirmación de que la disminución del ritmo de crecimiento de las inversiones en proyectos turístico-inmobiliarios sería perjudicial al turismo de Rio Grande do Norte. Los participantes se mostraron divididos entre indicaciones de acuerdo y desacuerdo con la afirmación, conforme se indica en la Tabla 22. La media²³ calculada fue de 3,16, lo que

²³ En la escala del 1 (total desacuerdo) al 5 (totalmente de acuerdo), utilizada en la mayoría de las tablas presentadas.

indica neutralidad, con una ligera tendencia de apoyo a la afirmación. Es decir, hay una división entre los entrevistados sobre si la caída del sector es positiva o negativa para el turismo en el Estado. Independientemente de estas opiniones, los datos observados indican la retracción del sector turístico-inmobiliario, lo que podría ser clasificado como un efecto positivo de la crisis por aquellos que no están de acuerdo con el ritmo de expansión del sector (o un efecto negativo por aquellos que lo apoyan).

Con relación al empleo turístico, en los cinco aspectos evaluados (contrataciones, despidos, búsqueda de empleo, formación en las empresas, rotación de personal) la estabilidad fue la opción más frecuentemente mencionada por los entrevistados. En el caso de las contrataciones y los despidos, las medias próximas a cero (-0,13 y 0,16) confirman la percepción de estabilidad, aunque con una ligera indicación de disminución en el primero aspecto y de aumento en el segundo. A su vez, se observó crecimiento en los aspectos búsqueda de empleo (media de 0,28), formación de personal promovida por las empresas turísticas (0,36), y rotación de personal (0,40), aunque también predominen las referencias a la estabilidad.

Con base en estos resultados, se puede afirmar que los impactos de la crisis sobre el empleo turístico no fueron graves, aunque hubo algunas oscilaciones; los despidos y la rotación de personal poco aumentaron (la segunda más que la primera), al mismo tiempo que cayeron las contrataciones, en un escenario de aumento de la búsqueda de empleo en el sector, uno de los principales de la economía de Rio Grande do Norte. De otro lado, la formación de personal impartida por las empresas aumentó, lo que puede estar relacionado con las acciones de mejora de gestión, instalaciones y de calidad de los servicios indicadas anteriormente.

Cuanto a los aspectos relacionados con la actuación del gobierno estatal en el turismo, según los entrevistados la crisis no afectó los gastos y la recaudación, que permanecieron estables (medias de 0,04 y 0,09, respectivamente). Sin embargo, el ritmo de ejecución de las acciones de la Secretaria Estatal de Turismo (SETUR/RN) fue negativamente afectado, como indica la media de -0,36, aunque la opción que más respuestas recibió fue la de estabilidad. Sería esperado el descenso de la recaudación en virtud de la caída de los ingresos, de los cuales la primera suele depender. Los recursos adicionales dados a la promoción del Estado en el comienzo de la crisis, mencionados en el capítulo anterior, también podrían motivar la percepción de aumento de gastos, que no ocurrió.

En el grupo de aspectos relacionados con medio ambiente y sociedad, se destacan el aumento de la atención de prestadores de servicios turísticos (0,64), turistas (0,48) y

gobiernos (0,44) a cuestiones ambientales y sociales relacionadas con el turismo. Las medias calculadas para estos aspectos están entre las más altas de la encuesta. Estos resultados contrarían las perspectivas teóricas de que la crisis disminuiría la preocupación por estos temas, debido a la priorización de las cuestiones económicas. Por otro lado, la concienciación de empresas, gobiernos y turistas sobre temas medioambientales y sociales ha evolucionado de forma creciente hace ya muchos años, en prácticamente todo el mundo, y se ha incrementado en el período reciente, pese a la crisis.

Sin embargo, el aumento de la concienciación sobre estos temas no es suficiente para impedir, por ejemplo, que la pobreza y de la desigualdad social hayan aumentado, conforme relatan los entrevistados (media de 0,60), pese a que no se haya detectado cambios tan acentuados en factores que interfieren en este aspecto, como el empleo turístico.

En la percepción de los entrevistados, la presión sobre los recursos naturales permaneció prácticamente estable (media de -0,04). Era esperada una disminución más evidente debido particularmente a la contracción del sector inmobiliario asociado al turismo, con interrupción de obras en áreas ambientalmente frágiles, pero los entrevistados no creen que esta situación haya ocurrido.

La importancia que la sociedad le da al turismo ha aumentado (media de 0,29), según los entrevistados. Podría ser una consecuencia de la contribución del turismo para la economía de Rio Grande do Norte y de la posibilidad que el turismo ofrece de generar empleos a distintos segmentos de trabajadores, especialmente aquellos de menor nivel de calificación, aspecto que asume mayor relevancia en momentos de crisis económicas.

Tabla 21
Variaciones de aspectos relacionados con el turismo a causa de la crisis

Aspectos ^a	Media	Desviación típica	Porcentaje		
			Disminución	Estabilidad	Aumento
(T) Cantidad de turistas extranjeros procedentes de Europa	-1,68	0,748	92,0	4,0	4,0
(T) Cantidad de turistas extranjeros procedentes de otros mercados	-1,32	0,802	88,0	8,0	4,0
(T) Cantidad de turistas extranjeros procedentes de Estados Unidos y Canadá	-1,04	0,935	68,0	28,0	4,0
(I) Ventas de casas o apartamentos para turistas extranjeros	-0,84	1,375	64,0	16,0	20,0
(I) Construcción de residencias secundarias, complejos turísticos, resorts y hoteles	-0,83	1,274	58,3	25,0	16,7

Aspectos ^a	Media	Desviación típica	Porcentaje		
			Disminución	Estabilidad	Aumento
(T) Cantidad de turistas extranjeros procedentes de América del Sur	-0,68	0,988	64,0	20,0	16,0
(P) Llegada de nuevos inversores privados extranjeros	-0,64	1,221	52,0	36,0	12,0
(T) Gasto de los turistas	-0,52	1,122	56,0	24,0	20,0
(P) Ingresos de los prestadores de servicios turísticos	-0,44	1,121	56,0	20,0	24,0
(G) Ritmo de ejecución de las acciones y proyectos de la SETUR que ya estaban en marcha	-0,36	0,952	36,0	48,0	16,0
(T) Duración de la estancia de los turistas	-0,32	0,988	36,0	44,0	20,0
(I) Especulación inmobiliaria relacionada con el turismo y residencias secundarias	-0,32	1,464	52,0	16,0	32,0
(E) Contrataciones de empleados en el turismo	-0,13	0,947	29,2	50,0	20,8
(I) Precios de casas o apartamentos	-0,12	1,333	48,0	12,0	40,0
(MS) Presión humana sobre los recursos naturales	-0,05	0,722	27,3	50,0	22,7
(P) Precios de los servicios turísticos	0,04	0,889	16,0	60,0	24,0
(P) Llegada de nuevos inversores privados brasileños	0,04	0,806	20,8	50,0	29,2
(G) Gastos del gobierno estatal con turismo	0,04	0,908	20,8	45,8	33,3
(G) Recaudación de impuestos por el gobierno estatal a través del turismo	0,09	1,083	34,8	26,1	39,1
(E) Despidos de empleados en el turismo	0,16	0,850	20,0	52,0	28,0
(P) Calidad de los servicios turísticos	0,24	0,597	8,0	60,0	32,0
(E) Búsqueda de empleo en el turismo	0,28	0,936	16,0	44,0	40,0
(P) Ampliaciones y renovaciones en las instalaciones de las empresas turísticas	0,29	0,751	12,5	50,0	37,5
(MS) Importancia que la sociedad le da al turismo	0,29	0,690	8,3	58,3	33,3
(P) Préstamos y financiación para los prestadores de servicios turísticos	0,30	0,926	13,0	47,8	39,1
(P) Costos pagados por los prestadores para ofrecer los servicios turísticos	0,32	0,627	4,0	64,0	32,0
(P) Salida del mercado de prestadores de servicios turísticos debido a resultados negativos	0,33	0,637	8,3	50,0	41,7
(E) Formación de personal promovida por las empresas turísticas	0,36	0,700	8,0	52,0	40,0

Aspectos ^a	Media	Desviación típica	Porcentaje		
			Disminución	Estabilidad	Aumento
(P) Deudas de los prestadores de servicios turísticos	0,39	0,583	0,0	65,2	34,8
(T) Cantidad de turistas brasileños procedentes de otras regiones de Brasil	0,40	1,225	32,0	12,0	56,0
(E) Rotación de personal en empresas prestadoras de servicios turísticos	0,40	0,707	4,0	60,0	36,0
(T) Cantidad de turistas brasileños procedentes del Nordeste de Brasil	0,44	1,193	28,0	16,0	56,0
(MS) Atención de los gobiernos a cuestiones sociales y ambientales relacionados con el turismo	0,44	0,583	4,0	48,0	48,0
(MS) Atención de los turistas a cuestiones sociales y ambientales relacionados con el turismo	0,48	0,823	4,0	48,0	48,0
(MS) Pobreza y desigualdad social	0,60	0,816	4,0	48,0	48,0
(MS) Atención de los prestadores de servicios turísticos a cuestiones sociales y ambientales relacionados con el turismo	0,64	0,638	0,0	44,0	56,0
(P) Mejoras en la gestión de las empresas que prestan servicios turísticos	0,67	0,565	0,0	37,5	62,5

Nota. Fuente: Elaboración propia.

^a Leyenda: E: empleos, G: gobierno, MS: medio ambiente y sociedad, P: prestadores de servicios turísticos, I: sector turístico-inmobiliario, T: turistas.

Tabla 22

Afirmaciones relacionadas con la variación de aspectos del turismo de Rio Grande do Norte

Afirmaciones	Media	Desviación típica	Porcentaje		
			Desacuerdo	Neutral	Acuerdo
La devaluación del real que se produjo al comienzo de la crisis fue muy positiva para el turismo de Rio Grande do Norte.	2,88	1,201	36,0	32,0	32,0
La eventual reducción del ritmo de crecimiento de las inversiones en proyectos turístico-inmobiliarios es muy mala para el turismo de Rio Grande do Norte.	3,16	1,375	40,0	12,0	48,0

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Los sectores del turismo más perjudicados por la crisis, según los entrevistados, conforme se indica en la Tabla 23, fueron el inmobiliario asociado al turismo (venta o alquiler de casas o apartamentos para turistas), mencionado por un 70,8% de los entrevistados,

seguido por alojamiento (66,7%), agencias de turismo receptivo (54,2%), restaurantes y bares (37,5%) y aerolíneas (25%). La citación del sector inmobiliario asociado al turismo como el más perjudicado corrobora la percepción de que la crisis ha provocado una contracción importante en esta actividad. Los demás sectores más perjudicados (alojamiento, agencias de turismo receptivo, restaurantes y bares, y aerolíneas) son importantes componentes del turismo, y sus fluctuaciones, sean ellas negativas o positivas, suelen acompañar las fluctuaciones del conjunto de la actividad.

Tabla 23
Sectores del turismo perjudicados por la crisis

Sector	Frecuencia	Porcentaje
Venta o alquiler de casas o apartamentos para turistas	17	70,8
Alojamiento	16	66,7
Agencias de turismo receptivo	13	54,2
Restaurantes y bares	9	37,5
Aerolíneas	6	25,0
Conductores de buggys	5	20,8
Ocio nocturno	5	20,8
Alquiler de coches	4	16,7
Agencias de viajes y turoperadores (turismo emisor)	3	12,5
Guías turísticos	3	12,5
Organismos públicos municipales de turismo	3	12,5
Transporte de turistas en autobuses y similares	3	12,5
Comercio	2	8,3
ONGs y movimientos sociales y ambientales relacionados con el turismo	2	8,3
Secretaria Estatal de Turismo de Rio Grande do Norte	2	8,3
Universidades, facultades y cursos de formación relacionados con el turismo	2	8,3
Atracciones turísticas	1	4,2
Casas de cambio	1	4,2
Espacios para eventos	1	4,2
Organizadores de eventos	1	4,2
Taxis	1	4,2

Nota. Fuente: Elaboración propia. Admite respuesta múltiple. Base de 24 cuestionarios.

El brote de gripe A (H1N1) ocurrido en 2009, en el mismo período en que la crisis económica se manifestaba con vigor, no generó efectos negativos en Rio Grande do Norte superiores a la crisis económica, según los entrevistados. La afirmación que suponía el contrario (o sea, que el efecto negativo de la gripe A había sido superior al de la crisis

económica) recibió media de 2,2, indicando el desacuerdo, conforme se puede verificar en la Tabla 24.

A su vez, no hubo consenso sobre si la crisis económica de 2008 causó más o menos efectos negativos que crisis anteriores (económicas o no económicas), como se desprende de la media 3 calculada para la afirmación al respecto (Tabla 24).

Tabla 24
Comparación con otras crisis

Afirmaciones	Media	Desviación típica	Porcentaje		
			Desacuerdo	Neutral	Acuerdo
El brote de la gripe A (H1N1) en 2009 ha generado efectos negativos más importantes que la crisis económica internacional en Rio Grande do Norte.	2,20	1,291	60,0	20,0	20,0
La crisis económica ha generado peores efectos negativos en el turismo de Rio Grande do Norte que crisis anteriores (no solamente económicas).	3,00	1,354	40,0	20,0	40,0

Nota. Fuente: Elaboración propia.

6.3 Medidas de respuesta a la crisis

En esta sección se abordan los resultados de la encuesta referentes principalmente a las medidas de respuesta a la crisis, pero también se trata de la preparación para afrontar crisis y de los rumbos del desarrollo turístico en Rio Grande do Norte antes y después de la crisis económica internacional de 2008.

Rio Grande do Norte no estaba preparado para esta crisis, y tampoco parece estar para futuras crisis. Según el conjunto de entrevistados, la afirmación que supone que el Estado estaría muy bien preparado para afrontar la crisis económica tuvo media de 1,80, conforme se indica en la Tabla 25, revelando fuerte desacuerdo.

La expectativa de potenciales impactos a causa de la crisis podría estimular los agentes responsables a desarrollar medidas de respuesta con la mayor antelación posible. En la encuesta, la afirmación que sugería que los entrevistados no se esperaban que la crisis económica de 2008 pudiera afectar el turismo en Rio Grande do Norte recibió valoración media de 2,76, indicando ligero desacuerdo, lo que significa que el mayor número de entrevistados creía que habría impactos, pero un grupo no muy inferior tenía la opinión

contraria. La existencia de distintas expectativas con relación a los posibles impactos de la crisis sobre el turismo puede explicar eventuales deficiencias en la gestión de la crisis.

Los entrevistados son aún más escépticos cuanto a la preparación del turismo en Rio Grande do Norte para el futuro. Ellos atribuyeron valoración media de 1,72 a la sentencia que sugería la buena preparación para futuras crisis, lo que significa un alto nivel de desacuerdo – valoración incluso menor que la dada a la preparación para la crisis de 2008 –, y por lo tanto que el turismo no está preparado para futuras crisis. Si es verdad que Rio Grande do Norte está peor preparado para futuras crisis que para la actual, como se puede deprender de los resultados obtenidos, entonces hasta el momento no hubo aprendizaje sobre lo ocurrido en esta crisis para evitar problemas similares cuando acontecimientos similares vengan a ocurrir.

Tabla 25
Preparación para crisis

Afirmaciones	Media	Desviación típica	Porcentaje		
			Desacuerdo	Neutral	Acuerdo
Cuando la crisis económica de 2008 surgió, no me esperaba que pudiera afectar el turismo de Rio Grande do Norte.	2,76	1,268	40,0	24,0	36,0
El turismo de Rio Grande do Norte estaba muy bien preparado para afrontar la crisis.	1,80	0,957	88,0	0,0	12,0
El turismo de Rio Grande do Norte está muy bien preparado para futuras crisis.	1,72	0,980	88,0	0,0	12,0

Nota. Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 26 se presentan los resultados referentes al conocimiento de los entrevistados sobre medidas aplicadas por el gobierno estatal de Rio Grande do Norte en respuesta a los efectos de la crisis sobre el turismo en el Estado.

En la lectura de estos resultados, hay que considerar que es difícil para los entrevistados separar medidas realizadas exclusivamente en función de la crisis y medidas que ya se aplicaban o que no tienen relación con la crisis, pese a los esfuerzos realizados en la recolección de los datos.

Las acciones de marketing predominan entre las medidas más citadas. Los organismos oficiales de turismo suelen tener responsabilidades directas sobre este tipo de medida (OMT, 2009b), que es una de sus principales atribuciones, y en Rio Grande do Norte – como en la mayoría de los destinos turísticos – hay una cobranza muy acentuada de los empresarios del turismo para que el poder público desarrolle iniciativas en esta materia. Se ha mencionado en el capítulo anterior que en el inicio de la crisis el gobierno estatal destinó más R\$ 10 millones

para el presupuesto de promoción turística, debido a la importancia de la actividad para la economía estatal y a su presunta capacidad de generar rápidos resultados.

Específicamente, las acciones promocionales en Brasil están entre las más citadas: las acciones en el Nordeste fueron indicadas por un 52% de los entrevistados, y las acciones en el restante de Brasil por un 60% (la medida más citada entre todas las consideradas). Pese al momento menos propicio a la atracción de turistas extranjeros, los entrevistados citan que el gobierno estatal promovió Rio Grande do Norte en mercados de larga distancia (medida citada por el 40% de los entrevistados), principalmente el europeo, y en América del Sur (32%).

En la teoría se encuentran diversas afirmaciones de que los mercados más cercanos deben recibir atención especial en períodos de crisis, pues los costes de transporte son menores y el conocimiento del destino es más amplio, ambos facilitadores de la realización de viajes. Es lo que ha ocurrido en este caso. Aquí, además, hay que añadir que, en comparación con épocas anteriores, la situación económica de los consumidores brasileños era relativamente mejor que la de los turistas internacionales que el Estado suele recibir, que son esencialmente europeos. Con el derrumbe del mercado europeo y el mercado brasileño en crecimiento, la priorización del segundo fue una salida obvia para el turismo de Rio Grande do Norte en el período de la crisis.

La colaboración entre gobierno e iniciativa privada en la realización de acciones promocionales, participación en ferias, captación de vuelos y de eventos fue muy utilizada, siendo esta la segunda medida más citada por los entrevistados (56%). Otras medidas de promoción citadas con frecuencia significativa fueron la participación en ferias de turismo y eventos de promoción turística (48%) y las acciones con agentes de viajes, turoperadores y periodistas, como *fam tours* y *press trips* (40%).

El apoyo y la promoción de segmentos turísticos de menor tradición en Rio Grande do Norte fue citado por el 36% de los entrevistados. El turismo de aventura y, especialmente, como se ha comentado en el capítulo anterior, el turismo de negocios y eventos están creciendo de forma importante en el Estado, como resultado de esfuerzos empresariales y de una política de diversificación del producto turístico estatal. En la literatura especializada también se apunta la diversificación como estrategia para afrontar crisis, y en Rio Grande do Norte, aunque no haya sido elaborada específicamente para esto, parece que sus resultados en el momento de crisis están siendo positivos, colaborando para que el turismo estatal sufra menos el impacto negativo de la contracción económica.

Además de estas medidas de marketing, la realización de cursos de formación profesional para el turismo fue la tercera opción más mencionada, citada por un 52% de los entrevistados. Este resultado probablemente está influenciado, según declararon algunos entrevistados, por la realización del programa “Olá, Turista!”, promovido por el Ministerio de Turismo de Brasil – no por el gobierno estatal –, que da formación en inglés y castellano para profesionales que actúan en el turismo, desde empleados de empresas turística hasta policías. El programa fue lanzado en el inicio del segundo semestre de 2010 en Rio Grande do Norte – pocos meses antes de la realización de esta encuesta.

Medidas relacionadas con inversiones y con la oferta turística, que mejoran el producto turístico del Estado, recibieron un nivel medio de citaciones: un 32% citó acciones para mejorar la calidad de los servicios turísticos; un 24% citó la construcción o renovación de infraestructuras públicas utilizadas por el turismo, y también un 24% mencionó el lanzamiento o renovación de atractivos turísticos o realización de nuevos eventos y fiestas (24%).

Algunas medidas difundidas por la prensa y por el gobierno estatal, y que se han mencionado en el capítulo anterior, no recibieron muchas menciones de los entrevistados. Es el caso de la reducción, exención u otras facilidades para el pago de impuestos, tasas y tarifas de servicios públicos para prestadores de servicios turísticos fue mencionada por solamente un 20% de los entrevistados. No obstante, el gobierno de Rio Grande do Norte redujo de un 25% para un 17% la alícuota para el sector hotelero de un impuesto estatal sobre el consumo de energía eléctrica. El mismo gobierno hizo también una alteración en el régimen de tributación de pequeñas y medianas empresas que también favoreció el sector turístico.

Los incentivos para evitar despidos o estimular contrataciones en el turismo, recibieron aún menos citaciones (8%), pese a que en diciembre de 2008 el gobierno estatal y representantes empresariales, incluyendo los del turismo, hayan establecido un acuerdo para evitar despidos por al menos cuatro meses. El bajo número de menciones a estas medidas puede estar relacionado a la falta de resultados concretos, a su restricción a solamente un sector (en el caso de la reducción de impuestos sobre la tarifa eléctrica para hoteles), o a su desconocimiento por los entrevistados.

Tabla 26***Medidas del gobierno estatal para el turismo en respuesta a la crisis***

Medidas ^a	Frecuencia	Porcentaje
(M) Acciones promocionales en Brasil (además del Nordeste)	15	60,0
(C) Asociación entre el gobierno y los prestadores de servicios turísticos en acciones promocionales, participación en ferias y eventos de turismo, captación de vuelos y captación de eventos	14	56,0
(M) Acciones promocionales en el Nordeste de Brasil	13	52,0
(E) Cursos de formación profesional para el turismo	13	52,0
(M) Participación del gobierno en ferias de turismo y eventos de promoción turística	12	48,0
(M) Acciones promocionales en Europa, Estados Unidos, Canadá y Asia	10	40,0
(M) Acciones promocionales con agentes de viajes, turoperadores o periodistas (ex.: fam tours y press trips)	10	40,0
(M) Apoyo o promoción a segmentos turísticos menos tradicionales en Rio Grande do Norte (ex.: ecoturismo, aventura, cultural, negocios y eventos, etc.)	9	36,0
(M) Acciones promocionales en América del Sur	8	32,0
(I) Acciones para mejorar la calidad de los servicios turísticos	8	32,0
(I) Construcción o renovación de infraestructuras públicas utilizadas por el turismo	6	24,0
(I) Lanzamiento o renovación de atractivos turísticos o realización de nuevos eventos y fiestas	6	24,0
(M) Desarrollo de un plan de marketing	5	20,0
(I) Incentivos a inversiones privadas en la oferta turística	5	20,0
(ME) Reducción, exención u otras facilidades para el pago de impuestos, tasas y tarifas de servicios públicos para prestadores de servicios turísticos	5	20,0
(ME) Expansión del crédito y de la financiación a los prestadores de servicios turísticos	5	20,0
(M) Acciones promocionales dirigidas a públicos específicos como jóvenes, ancianos, parejas, propietarios de residencias secundarias, etc.	4	16,0
(M) Mejoras en las informaciones prestadas a los turistas	4	16,0
(C) Ofertas y descuentos en precios de atractivos y servicios turísticos, implantados por el propio gobierno o en asociación con la iniciativa privada	4	16,0
(A) Concienciación ambiental de turistas y profesionales del sector turístico	4	16,0
(M) Acciones promocionales en Internet	3	12,0
(M) Reformulación de la marca y de otros elementos visuales de la promoción turística	3	12,0

Medidas ^a	Frecuencia	Porcentaje
(M) Cancelación de acciones que se estaba desarrollando por no ser prioritarias o presentar resultados por debajo de las expectativas	3	12,0
(C) Asociación con otros Estados brasileños en acciones en turísticas (ex.: marketing, rutas integradas, etc.)	3	12,0
(A) Facilitar la expedición de permisos ambientales para proyectos relacionados con el turismo	3	12,0
(M) Acciones promocionales en otros países	2	8,0
(M) Realización de estudios de mercado y análisis de los turistas y sus características	2	8,0
(E) Incentivos para evitar despidos o estimular contrataciones en el turismo	2	8,0
(A) Apoyo a los prestadores de servicios turísticos en mejoras de aspectos medioambientales (consumo de agua y energía, generación de residuos, reciclaje, etc.)	2	8,0
(C) Creación de un grupo de seguimiento de la crisis con la participación del gobierno y de otros actores del turismo del Estado	1	4,0

Nota. Elaboración propia. Admite respuesta múltiple. Base de 25 cuestionarios.

^a Leyenda: A: medio ambiente, C: colaboración, E: empleo, I: inversiones y oferta turística, M: marketing, ME: medidas económicas.

Se solicitó a los entrevistados que relatasen otras medidas implantadas por el gobierno estatal de Rio Grande do Norte en respuesta a eventuales efectos de la crisis sobre el turismo, además de aquellas presentes en el cuestionario, y qué otras medidas sugerirían para tal fin, caso considerasen que las medidas anunciadas eran insuficientes. El número de respuestas obtenidas a las dos preguntas fue pequeño y en general las respuestas dadas escapan al tema de la crisis, para tratar de cuestiones amplias que intervienen en el desarrollo turístico de Rio Grande do Norte. En las opiniones recogidas se nota la recurrencia de los temas actuación del gobierno estatal en el turismo y promoción turística de Rio Grande do Norte, extrapolándose lo estrictamente vinculado a la crisis. Se hace aquí un análisis conjunto de las respuestas a las dos preguntas, con base en estos dos temas.

Un pequeño conjunto de entrevistados consideró que las medidas implantadas por el gobierno estatal fueron suficientes para afrontar los posibles efectos de la crisis en el turismo de Rio Grande do Norte. De otro lado, un grupo más significativo de entrevistados considera que el gobierno estatal no implantó medidas específicas de respuesta a la crisis además de las acciones que ya se estaban realizando. En realidad, según diversos entrevistados que opinaron

al respecto, el gobierno estatal es omiso con relación al turismo en Rio Grande do Norte, característica que explica, al menos parcialmente, su actuación en la crisis.

Una de las razones que más se indican para la debilidad del desempeño del poder público en el turismo de Rio Grande do Norte, independientemente de la crisis, es la carencia de profesionales capacitados en el gobierno estatal y en los ayuntamientos para gestionar el turismo. Además, los políticos que gobiernan el Estado y los municipios, según indican parte de los entrevistados, no perciben la contribución del turismo a sus economías y no actúan de acuerdo con las necesidades y potencialidades del sector.

Otro problema que suele ser apuntado es el reducido presupuesto público para el turismo, bastante inferior a los Estados competidores del Nordeste, como suelen manifestar los representantes de los prestadores de servicios turísticos. Se ha mencionado en el capítulo anterior, e indicada por un entrevistado como medida adicional dada en respuesta a la crisis, que a finales de 2008 el organismo oficial de turismo del Estado fue el único de la administración estatal liberado del recorte presupuestario de un 20% implantado cuando la crisis empezó a manifestarse, gracias a la importancia económica del sector en Rio Grande do Norte. No obstante, aunque contribuya a mantener la actuación gubernamental en el turismo en un nivel similar a lo que se estaba realizando, no soluciona el problema del reducido montante destinado a la actividad. La resolución de problemas de capacitación técnica, sensibilización y recursos financieros son algunas medidas que los entrevistados sugieren que deberían aplicarse para afrontar la crisis, pero que en realidad tratan de problemas estructurales del turismo en Rio Grande do Norte.

Este conjunto de problemas de gestión interfieren directamente en la debilidad del marketing turístico de Rio Grande do Norte, el tema más reclamado por los entrevistados. De las opiniones dadas, se desprende que el gobierno estatal no hace la promoción turística en un nivel suficiente para impedir o restringir los efectos de la crisis sobre el Estado, y que incrementar la promoción es una necesidad preeminente de la actividad en Rio Grande do Norte, independientemente de la crisis.

En complemento a las medidas de marketing incluidas en la Tabla 26, algunos entrevistados citan que hubo un cambio de enfoque en la promoción turística del Estado, que pasó a priorizar los mercados regional y doméstico en detrimento del mercado internacional. Otra medida de marketing citada fue la puesta en marcha entre 2008 y 2009 de la Emprotur, una sociedad de economía mixta responsable por la promoción turística del Estado, vinculada a la Secretaria Estatal de Turismo, que en principio daría más flexibilidad y agilidad al

cumplimiento de esta función. Sin embargo, a pesar de empezar a operar en el período de la crisis, la sociedad había sido criada oficialmente en el inicio de 2007, lo que sugiere que la crisis económica de 2008 no haya motivado su implantación.

Como sugerencias relacionadas con el marketing turístico, además de menciones generales a la necesidad de ampliarse la promoción turística, se encuentran otras más específicas, cuáles sean: incremento de la promoción en el propio Rio Grande do Norte y en el mercado doméstico; búsqueda de nuevos mercados emisores, especialmente en el exterior; y elaboración de un plan de marketing turístico para el Estado.

Algunas otras medidas sugeridas tratan esencialmente de temas de infraestructura o de los atractivos turísticos del Estado. En el primer grupo se mencionan la reforma y ampliación del aeropuerto Augusto Severo, la construcción de un terminal de pasajeros en el puerto de Natal, y la urbanización de playas de esta misma ciudad. Sobre los atractivos turísticos, se sugiere de forma general la mejoría de los atractivos turísticos existentes y de las infraestructuras que les sirven de soporte, la implantación de nuevos atractivos turísticos, y el desarrollo de espacios de ocio y cultura en los municipios del Estado.

Por lo demás, se mencionan la necesidad de elaborarse una política de desarrollo turístico de largo plazo para Rio Grande do Norte, de captar vuelos chárter, de existir colaboración entre el gobierno estatal y el sector privado, y de no interrumpir acciones que estaban en ejecución. Una medida sugerida que se diferencia de las demás – por su objetivo diferenciado, no por su importancia – es la recomendación de una mayor preocupación por el uso y ocupación del suelo en el litoral, lo que incluye cohibir la privatización de áreas públicas, disminuir los impactos ambientales, y una mayor atención a las comunidades litorales en los procesos de estímulo al turismo.

Los comentarios de los entrevistados sobre las medidas implantadas y sugeridas abordan en su mayoría acciones convencionales de gestión del turismo, es decir, medidas que no son específicas para tiempos de crisis. Los entrevistados parecen ver más problemas estructurales en el destino – deficiencia de la gestión pública del turismo, promoción insuficiente, carencia de infraestructuras y atractivos turísticos, ordenación del uso del suelo, etc. – que problemas coyunturales causados por la crisis. Es significativo que se haya mencionado que muchas de las medidas expuestas en la Tabla 26 deberían ser aplicadas independientemente de la crisis. Además de las deficiencias concretas del destino, esta orientación de las respuestas parece ser consecuencia de la percepción de que el impacto de la

crisis sobre el desarrollo turístico de Rio Grande do Norte no fue tan substancial a punto de hacer las medidas coyunturales más necesarias que las estructurales.

La Tabla 27 presenta los resultados de afirmaciones que tratan de la evaluación de las medidas implantadas y de la actuación gubernamental relacionada con el turismo en la crisis.

Una parte mayoritaria de los entrevistados no consideran que las medidas implantadas por el gobierno estatal en respuesta a los efectos de la crisis sobre el turismo de Rio Grande do Norte hayan cumplido plenamente sus objetivos (media de 2,67 para la afirmación con esta hipótesis, como se indica en la Tabla 27).

Los entrevistados se mostraron divididos sobre una afirmación que suponía que las medidas aplicadas podrían generar efectos negativos a largo plazo para el turismo en el Estado. La sentencia recibió media de 2,92, lo que indica que las respuestas fueron neutras, pero el porcentaje más alto de entrevistados indicó que estaba de acuerdo con la afirmación. Una justificación dada para esta posición sería la dificultad de retomarse la posición anterior conquistada en el mercado europeo cuando los problemas económicos estén mínimamente superados, pues el trabajo promocional en Europa había sido seriamente disminuido debido a su peor condición económica en la crisis, mientras se priorizaba el mercado doméstico.

Como ya se ha mencionado, los gobiernos de muchos países, incluyendo el brasileño, implantaron medidas para estimular sus economías durante la crisis. Los entrevistados fueron cuestionados sobre el impacto de estas medidas en el turismo de Rio Grande do Norte. En su opinión, tanto las medidas del gobierno brasileño como las de otros países influenciaron el turismo en el Estado, pero aquellas promovidas por Brasil fueron más relevantes. La afirmación que sugería la poca influencia de las medidas del gobierno brasileño tuvo valoración media de 2,52, indicando un desacuerdo más alto que la afirmación similar sobre las medidas extranjeras (media de 2,76), es decir, ambas categorías de medidas fueron influyentes, siendo las medidas brasileñas más importantes que las extranjeras.

Por cierto, la actuación del gobierno central de Brasil en la crisis fue considerada positivamente por los entrevistados. Indagados sobre la hipótesis de que la actuación de los gobiernos central, estatal y de los gobiernos municipales de Rio Grande do Norte durante la crisis, con relación al turismo, habían sido muy adecuadas, los entrevistados indicaron acuerdo únicamente en el caso del gobierno central (media de 3,21), mientras que para las afirmaciones referentes a los gobiernos estatal y municipales preponderó el desacuerdo (medias de 2,36 y de 2,08, respectivamente). Hay que considerar que el gobierno central tiene más recursos y autoridad para implantar medidas de gestión de crisis que el gobierno estatal y

que los gobiernos municipales (así como la posición del gobierno estatal es mejor que la de los municipios). Además, las medidas del gobierno central abarcan a un conjunto mucho más amplio de aspectos económicos, y pueden influenciar directa o indirectamente sectores específicos, como el turístico.

Tabla 27
Evaluación de las medidas del gobierno estatal de respuesta a la crisis

Afirmaciones	Media	Desviación típica	Porcentaje		
			Desacuerdo	Neutral	Acuerdo
Las medidas adoptadas cumplieron plenamente los objetivos propuestos.	2,67	1,204	41,7	25,0	33,3
Las medidas aplicadas pueden generar efectos negativos a largo plazo para el turismo de Rio Grande do Norte.	2,92	1,248	29,2	25,0	45,8
Las medidas económicas del gobierno federal brasileño contra la crisis no hicieron diferencia alguna para el turismo de Rio Grande do Norte.	2,52	1,418	64,0	16,0	20,0
Las medidas económicas de otros países contra la crisis no hicieron diferencia ninguna para el turismo de Rio Grande do Norte.	2,76	1,451	48,0	24,0	28,0
La actuación del gobierno estatal en el turismo durante la crisis fue muy apropiada.	2,36	1,221	64,0	12,0	24,0
La actuación del gobierno federal en el turismo durante la crisis fue muy apropiada.	3,21	1,444	33,3	8,3	58,3
La actuación de los gobiernos municipales de Rio Grande do Norte en el turismo durante la crisis fue muy apropiada.	2,08	1,152	68,0	20,0	12,0

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Los resultados presentados en la Tabla 28 corroboran esta percepción de que el impacto de la crisis, visto de forma amplia, no es tan significativo, y que aparentemente la contracción de la economía mundial no fue un punto de inflexión determinante en el desarrollo del destino. Los entrevistados en su mayoría no están de acuerdo que el turismo en Rio Grande do Norte se desarrollaba de forma adecuada antes de la crisis (media de 2,68 para la afirmación con esta hipótesis), pero tampoco creen que la crisis económica haya hecho peores las perspectivas para la actividad en el Estado (media de 2,32). Además, los entrevistados también mostraron fuerte desacuerdo con la afirmación de que el turismo de Rio

Grande do Norte había sido muy afectado por la crisis y que no había logrado reaccionar adecuadamente a ella (media de 2,12). A este respecto, algunos entrevistados manifestaron que a pesar de la crisis afectar la actividad turística en Rio Grande do Norte, su impacto no fue determinante. El crecimiento del mercado doméstico fue determinante para tal, sustentando el turismo estatal en el período y evitando perjuicios más graves causados por la crisis.

Tabla 28
Desarrollo del turismo en Rio Grande do Norte y la crisis

Afirmaciones	Media	Desviación típica	Porcentaje		
			Desacuerdo	Neutral	Acuerdo
El turismo en Rio Grande do Norte se estaba desarrollando de forma muy apropiada antes de la crisis.	2,68	1,345	56,0	0,0	44,0
Las perspectivas del turismo en Rio Grande do Norte son peores después de la crisis que antes de ella.	2,32	1,249	60,0	24,0	16,0
El turismo de Rio Grande do Norte ha sido gravemente afectado por la crisis y no ha logrado reaccionar de forma adecuada.	2,12	1,236	72,0	8,0	20,0

Nota. Fuente: Elaboración propia.

7. CONCLUSIONES

En este trabajo se buscó analizar los efectos de la crisis económica internacional de 2008 sobre el turismo, y las respuestas dadas desde el sector turístico, con enfoque en un caso local – el Estado de Rio Grande do Norte, en Brasil. Este análisis se basa en un marco teórico formado por contribuciones de diversas disciplinas (economía, geografía, administración de empresas, entre otras), abordando temas variados como ciclos económicos, gestión de crisis, desarrollo inmobiliario, además del propio turismo. Fuentes de informaciones diversas fueron consultadas, incluyéndose una encuesta realizada junto a entidades representativas del turismo en el Estado, datos socioeconómicos y sectoriales de fuentes secundarias, y reportajes de prensa. En el trabajo se ha logrado el objetivo principal de analizar las consecuencias de la crisis económica internacional de 2008 en el desarrollo del turismo en Rio Grande do Norte, con especial relevancia a los efectos negativos y positivos de la crisis, y las medidas aplicadas en respuesta a estos efectos. Se espera que el trabajo sea útil en el sentido de investigar las consecuencias locales de una crisis global tan profunda, perjudicial, y, aún reciente. En este capítulo, se hace un resumen de los principales temas discutidos en el trabajo, indicando sus resultados conclusivos.

La crisis económica de 2008 impuso diversos desafíos a la sociedad, así como suscitó debates sobre sus orígenes, consecuencias, formas de tratarla y sobre el futuro.

En la primera mitad de los años 2000, los tipos de interés muy bajos en las economías avanzadas y la amplia liquidez en el mundo propiciaron el fuerte aumento del consumo y el surgimiento de una burbuja inmobiliaria en Estados Unidos y otros países. Cuando el pago y la financiación de las hipotecas concedidas a la población de menor nivel de renta – las hipotecas *subprime* – comenzaron a presentar problemas, estalló la burbuja inmobiliaria y con ella fue afectado el sistema financiero que la sostenía, creándose una crisis financiera.

Tal situación fue posible, en esencia, gracias a la ausencia de mecanismos de control sobre el sistema financiero internacional, suprimidos sistemáticamente desde los años 1980, que en conjunto con innovaciones técnicas posibilitaron el aumento de la asunción de riesgos y de la especulación. La expansión acentuada del sistema financiero le dio cada vez más importancia económica, y por consiguiente, influencia política, que se tradujo en la protección de sus intereses por las autoridades públicas.

Cuando el sistema financiero estaba al borde del caos completo, los gobiernos actuaron para protegerlo y para intentar recuperar las economías. El primer objetivo fue atendido, salvándose diversas entidades financieras, con algunas pocas excepciones. Sin embargo, los

problemas financieros rápidamente se transmitieron a la economía real, que entró en una fuerte recesión, afectando a familias, a empresas y a gobiernos en prácticamente todo el mundo. La crisis financiera se había convertido en una grave crisis económica.

Los peores resultados de la economía mundial en la crisis – por lo menos hasta el momento de escribir estas líneas – se registraron entre el último trimestre de 2008 y el tercer trimestre de 2009. En 2009 se registró un descenso anual de un 0,6% en el producto mundial, gracias principalmente a la disminución de un 3,2% en las economías avanzadas, pero también a la ralentización del crecimiento de las economías emergentes y en desarrollo, que crecieron un 2,5%, cuando poco antes lo hacían a tasas muy elevadas. La diferencia de desempeño entre estos dos grupos de economías deberá proseguir en los próximos años, con las economías emergentes y en desarrollo liderando el crecimiento económico mundial (China registra tasas de crecimiento tan elevadas como en el período previo a la crisis), mientras las economías avanzadas gradualmente vuelvan a registrar variaciones positivas.

La fuerza de la crisis – llamada por algunos de Gran Recesión, una referencia a la Gran Depresión de 1929 – se manifestó en aspectos como el aumento de desempleo, la disminución de inversiones, el pesimismo de consumidores y empresarios, la disminución de los ingresos y el aumento de los gastos de los gobiernos, las fluctuaciones de precios y tipos de cambio, y las mayores dificultades en el acceso al crédito.

Con el objetivo de disminuir los impactos de la crisis sobre la economía e intentar acelerar la recuperación, los gobiernos de diversos países lanzaron programas de estímulo económico, compuestos por medidas monetarias y fiscales, que sirvieron al menos para disminuir el choque en la economía. Las medidas monetarias tenían como objetivo dar liquidez al sistema financiero y ampliar la disponibilidad de crédito a las empresas y a las familias. En la política fiscal, diversas medidas fueron implantadas para reanimar la demanda agregada, con destaque para deducciones fiscales, aumento del gasto público, y atención especial al empleo. Sin embargo, tras el rápido aumento del déficit público en la mayoría de los países, en 2010 los gobiernos implantaron medidas de austeridad para controlar sus cuentas, apoyados por organismos financieros regionales e internacionales, y por una parte del espectro político. En diversos países europeos ocurrieron protestas contra las duras medidas de contención de gastos y las reformas que se implantaron. Una corriente de pensadores, simbolizada por los conocidos economistas estadounidenses Krugman y Stiglitz, argumentaba que la austeridad solamente acentuaría la recesión, y que los gobiernos, al revés de cortar gastos, deberían aumentarlos, ayudando a familias, empresas y gobiernos locales a enfrentar

la crisis, y promoviendo inversiones estratégicas para retomar el crecimiento e impulsar el desarrollo de los países. Mientras tanto, la población sufría las consecuencias y cargaba con los costes del desastre provocado por el sistema financiero con connivencia – o apoyo directo – de los gobiernos.

Además de los efectos económicos, la crisis tiene graves implicaciones sociales, especialmente en los países más pobres. El número de personas en situación de pobreza y vulnerabilidad aumentó, así como el hambre, la mortalidad infantil y materna; las redes de seguridad social, y servicios sociales de salud y educación fueron debilitadas por la disminución de los ingresos públicos; la desnutrición y la retirada de niños de escuelas para ponerlos a trabajar traerán problemas a ellos, a sus familias y al desarrollo de sus países; las remesas de inmigrantes disminuyeron debido al aumento del desempleo en las economías avanzadas, afectando a diversas familias en los países en desarrollo.

En el aspecto ambiental, la crisis generó expectativas de efectos negativos y positivos. La reducción de la producción mundial podría contribuir a la reducción del ritmo de destrucción del entorno y, más específicamente, a la disminución de las emisiones mundiales de CO₂, facilitándose el cumplimiento de objetivos del protocolo de Kioto. Además, muchos gobiernos incluyeron en sus programas de estímulo medidas con este último objetivo y otros similares, como la reducción de la dependencia de energías no renovables y de la contaminación. Sin embargo, el impacto más blando de la crisis en las economías emergentes, que pronto volvieron a registrar elevadas tasas de crecimiento, anuló, al menos parcialmente, el descenso de las economías avanzadas, haciendo la reducción total de las emisiones de CO₂ menor que la esperada. Además, pocas medidas “verdes” de los programas de estímulo económico han sido concretizadas, en un escenario en el cual los problemas económicos ganaron la atención prioritaria de gobiernos, empresas e individuos, en detrimento de inversiones de más largo plazo orientadas al desarrollo sostenible y a la protección del medio ambiente.

Los impactos de la crisis atingieron a prácticamente todos los sectores económicos. Los más implicados en el surgimiento de la crisis, como el sector inmobiliario, disfrutaron de gran crecimiento en el período anterior, pero se desplomaron tras la contracción económica en 2008. El turismo sufrió los impactos de la crisis, pero también tiene su parcela de culpa en la debacle de la economía mundial. La burbuja inmobiliaria en Estados Unidos y otros países surgió no solamente con base en los negocios con viviendas residenciales, sino también con participación importante de la venta y construcción de viviendas en destinos turísticos para

disfrute como residencia secundaria. Inversiones en proyectos turísticos o turístico-inmobiliarios en diversos países se realizaban a base de la financiación que el sistema financiero generaba de forma arriesgada, y con el objetivo de dar mayor rentabilidad a capitales fácilmente obtenidos. El consumo desenfrenado en las economías avanzadas, en gran parte basado en deudas que hoy parecen impagables, en parte era dedicado a actividades de ocio y turismo, que tradicionalmente aumentan en momentos de mayor crecimiento económico.

Los efectos de la crisis sobre el turismo se manifiestan de diversas maneras. El descenso de los viajes internacionales es el más notable, pero hay otros, como el descenso de los ingresos en mayor proporción, los cambios en el comportamiento del consumidor, la dependencia de las fluctuaciones de los tipos de cambio, la interrupción de inversiones, la competencia por precios exacerbada, y la menor preocupación por el medioambiente.

El turismo responde a los cambios de fase de los ciclos económicos expandiéndose o contrayéndose en el mismo sentido que la economía en general, y en esta crisis no ha sido diferente. Variables clave que influyen la demanda, la oferta y las inversiones turísticas sufrieron variaciones negativas en conjunto a causa de la crisis, afectando el turismo. Entre estos determinantes de la actividad turística, los más afectados fueron en nivel de renta de los consumidores y el nivel de empleo, que cayeron fuertemente en las principales economías mundiales, justamente las mayores emisoras de turistas internacionales.

La relación del turismo con la renta es una de las más clásicas de los estudios turísticos. El consumo de servicios turísticos es muy dependiente de la disponibilidad de renta y de las perspectivas sobre ella, pues, en general, este tipo de consumo se concretiza solamente cuando las necesidades más básicas ya están satisfechas. La crisis amenazó la situación financiera de muchas familias, al poner en riesgo empleos, salarios, beneficios, activos inmobiliarios y financieros, ahorros y pensiones. Como resultado a este temor, o aún peor, a la concretización de estas pérdidas, los consumidores dirigieron los recursos disponibles a gastos prioritarios y al ahorro, en perjuicio de gastos no esenciales, como el turístico. Las empresas adoptaron comportamiento similar, cortando gastos con viajes de negocios siempre que fuera posible.

Así que, tras años de crecimiento elevado, en 2008 las llegadas de turistas internacionales crecieron un 2% a nivel mundial, pero únicamente debido al desempeño del primer semestre, ya que en el segundo ya se manifestaban los efectos de la crisis. El sector cerró 2009 con un descenso de un 4,2% en las llegadas y de un 5,7% en los ingresos por

turismo internacional. En términos trimestrales, el peor resultado fue el del primer trimestre, con descenso próximo al 10%. En el último trimestre de 2009 se volvió a registrar una variación positiva de las llegadas internacionales. A excepción de África, todos los demás continentes registraron descensos en 2009. La región más afectada fue Europa, la principal emisora y receptora a nivel mundial. Oriente Medio y América (por cuenta de América do Norte) también tuvieron destacados desempeños negativos. El impacto sobre el turismo fue grave, pero no tan acentuado como en las exportaciones mundiales (descenso de un 11% en 2009), lo que indica cierta resistencia del sector. Lógicamente, los países que más dependen de la actividad notan estos impactos de forma más severa.

Se prevé para 2010 una expansión de un 4% de las llegadas turísticas internacionales, basada en el crecimiento económico de las economías emergentes, que despuntan como mercados importantes. Aún así, el sector seguirá pendiente de la recuperación económica de Europa y Estados Unidos, los principales consumidores mundiales de turismo.

Los números del turismo internacional no dejan claro otro efecto importante de la crisis: los cambios en el comportamiento del consumidor de turismo. Los problemas económicos llevan a los interesados en adquirir servicios turísticos a, antes de cancelar la realización de viajes, buscar alternativas más adecuadas al momento de menor disponibilidad de recursos financieros. Las opciones más frecuentemente adoptadas para controlar los gastos con turismo son disminuir el número de viajes, hacer viajes de menor duración y a destinos más cercanos o ya conocidos, utilizar servicios más económicos, además de buscar descuentos y ofertas de última hora. Estas opciones llevan a la disminución de los ingresos turísticos en proporción más elevada que las llegadas.

Una consecuencia más destacada de estos cambios de comportamiento es el aumento del turismo doméstico, motivo por lo cual muchos destinos y prestadores de servicios pasaron a prestar mayor atención a este segmento. La ausencia de datos sobre el turismo doméstico en la mayoría de los países impide afirmaciones categóricas sobre su desempeño global en la crisis, pero es razonable suponer que los viajes de residentes en sus propios países hayan crecido en la crisis, compensando, al menos parcialmente, el descenso de los viajes internacionales.

Con atención a estas y otras cuestiones, los destinos implantaron diversas medidas de respuesta a la crisis. La OMT compiló las medidas implantadas por los países con foco en el sector turístico. Aquellas relacionadas con el marketing fueron las más frecuentes, pues son las de más fácil ejecución para los organismos con responsabilidad sobre el turismo. Entre las

acciones de marketing se destacaron el aumento del presupuesto oficial de marketing turístico; la realización de campañas promocionales en mercados específicos que indicasen mayor potencial a corto plazo, como el mercado doméstico, los mercados tradicionales, o nuevos mercados que presentaban crecimiento significativo – con destaque para economías emergentes como China, India, Rusia y Brasil; el uso más intensivo de la internet; descuentos y promociones en el consumo de servicios turísticos; el trabajo junto a segmentos del mercado más propensos a viajar pese a los problemas económicos, como ecoturistas, ancianos y propietarios de segunda residencia; la promoción de productos turísticos integrados con países cercanos; y la promoción y realización de eventos diversos. Diversas de estas medidas fueron realizadas en asociación con entidades privadas, indicando la utilidad de la colaboración público-privada como una estrategia para afrontar crisis.

Los prestadores de servicios turísticos también se beneficiaron de medidas monetarias y fiscales implantadas por los gobiernos, como la ampliación de líneas de crédito e inversiones en infraestructuras públicas. Algunas medidas fueron destinadas particularmente al turismo, como reducción de impuestos en hoteles y restaurantes, y disminución de tarifas aeroportuarias. El empleo en el turismo también fue motivo de medidas en la crisis, destacándose las iniciativas de formación profesional para el sector y la simplificación de procesos de contratación.

Con el fin de facilitar las llegadas de los extranjeros, algunos países simplificaron el proceso de concesión de visados para turistas – en algunos casos en asociación con países vecinos, facilitando viajes a múltiples destinos – o suprimieron su exigibilidad.

Las medidas menos indicadas por los países fueron aquellas relacionadas con el medio ambiente, que incluían el apoyo a la reducción de emisiones de CO₂, al uso de energías renovables, a la implantación de infraestructuras y de productos turísticos respetuosos con el medio ambiente.

La realización de estas medidas en muchos casos se enfrenta a dificultades como la falta de recursos y capacidades para ejecutarlas con éxito. La disponibilidad de recursos financieros es un tema crítico, una vez que muchos gobiernos promovieron cortes en sus presupuestos para afrontar la reducción de la recaudación y el aumento de los gastos sociales, a menudo afectando el turismo.

Cuando la crisis económica internacional ganó fuerza, Brasil y los demás países latinoamericanos se encontraban en una situación macroeconómica mucho más sólida que en ocasiones similares anteriores. El crecimiento de la economía mundial y la mayor estabilidad

política y económica de los países de la región en el período anterior a la crisis, les permitió acumular reservas internacionales, reducir deudas, fortalecer su posición fiscal, e integrarse en mayor medida en el mercado financiero internacional. En el caso brasileño, a estos factores se suman la regulación y la capitalización de su sistema financiero, el control de la inflación, la disminución del número de personas en situación de pobreza, y el aumento del empleo y del consumo interno en el país. El crecimiento económico del país estaba en elevación desde 2004, hasta que llegó la crisis.

En el último trimestre de 2008 el ritmo de crecimiento de la economía brasileña cayó de forma notable, y en los tres primeros trimestres de 2009 fueron registradas variaciones negativas. En el total de 2009, la economía brasileña decreció un 0,2%, cifra mucho más blanda que la registrada por las principales economías avanzadas. Se retomó el ritmo de crecimiento anterior aún en el último trimestre de 2009, y su desempeño en la primera mitad de 2010 alimentaba previsiones de que el país podría registrar a finales del año una de las mayores tasas de crecimiento del mundo, próxima al 7,5%. La crisis desafió la evolución reciente de la economía brasileña, pero fue superada rápidamente, si se compara con las principales economías.

Los principales factores que influyeron en el desempeño de Brasil durante la crisis, además de las condiciones macroeconómicas favorables cuando la contracción económica se aproximó, fueron el crecimiento de la demanda interna y la actuación de su gobierno central. El consumo de los hogares fue el componente de la economía que mayor crecimiento registró en el período de la crisis, seguida por el consumo de las administraciones públicas, mientras cayeron las inversiones, exportaciones e importaciones. El aumento del consumo de los hogares se debe principalmente al aumento del empleo y del rendimiento real de las familias, pero también a los reajustes del salario mínimo superiores a la inflación, a los programas de transferencias de renta del gobierno central, al crecimiento del mercado de crédito en el país, y al aumento de la participación de la clase media en el consumo.

El gobierno central brasileño implantó, a partir del segundo semestre de 2008, un amplio conjunto de medidas para estimular la economía brasileña en el período de la crisis. Los principales ejes de estas medidas fueron la inyección de liquidez en el mercados; la facilitación del crédito a familias, empresas (especialmente en sectores clave como industria, agricultura y construcción) y ayuntamientos; la concesión de beneficios fiscales y subsidios a diversos sectores económicos, con destaque para los bienes duraderos; el apoyo a las exportaciones y algunas restricciones a las importaciones; y el mantenimiento o aumento de

gastos del gobierno con salario mínimo, programas de transferencia de renta e inversiones públicas. Estas medidas estimularon aún más el consumo, permitiendo mejorar el nivel de producción, empleo y de salarios.

En el segundo semestre de 2010 ya se habían retirado todas las medidas de estímulo implantadas en la crisis. El país convivía entonces con el problema de controlar la amenaza de fuerte crecimiento de la inflación, disminuir los tipos de interés – entre los más elevados del mundo – y la pérdida de competitividad de sus exportaciones a causa de la valorización cambiaria. Además, una corriente de la sociedad temía los elevados costes asociados al programa de estímulo económico, y que el Estado había asumido un papel exageradamente alto en la economía del país. También se criticaba que se estaba perdiendo la oportunidad de hacer inversiones y reformas estratégicas para el desarrollo del país a largo plazo, afrontándose problemas en temas como tributación, burocracia, infraestructuras, y educación, capaces de minar la competitividad brasileña en un futuro próximo.

El turismo, aunque no sea destacadamente importante en la economía brasileña, es una actividad esencial en algunos Estados del país. La mayor parte de los destinos turísticos brasileños tiene el público doméstico como su principal mercado, pero para algunos importantes destinos, la participación de los turistas internacionales es esencial, y ha crecido sustancialmente en la última década.

La crisis impactó de manera sensible en el turismo internacional receptor en el país. La llegada de visitantes extranjeros cayó un 4,9% en 2009, valor superior al descenso de un 4,2% a nivel mundial, después de tres años recibiendo cerca de 5 millones de turistas anuales. El resultado negativo se debe principalmente al descenso de la llegada de europeos, segundo mayor mercado de Brasil, entre los cuales Portugal, Alemania, España e Italia tuvieron las disminuciones más acentuadas. Entre los turistas de Sudamérica, el principal mercado internacional para los destinos brasileños, solamente se registró crecimiento de las llegadas de argentinos (19%), pues en los demás casos hubo disminución. Es también reseñable la caída de un 4% en las llegadas de turistas residentes en Estados Unidos.

Como sería de esperar, los ingresos asociados a viajes internacionales fueron afectados aún más fuertemente que las llegadas. En 2009 cayeron un 8,3%, tras cuatro años creciendo en media un 15%.

La caída de los pagos por viajes de brasileños al exterior fue mucho menos intensa, de un 0,6% en 2009. No obstante, cuando se observa que este indicador registraba desde 2005 un crecimiento anual medio de un 40%, se nota que la crisis causó un efecto importante. La

disminución del ritmo de crecimiento de los pagos se debe, además de los problemas económicos y de las incertidumbres sobre el futuro durante la crisis, al encarecimiento de los viajes de los brasileños al exterior entre el segundo semestre de 2008 y el primer de 2009, causado por la depreciación del real, la moneda brasileña, en este mismo período, en función de la crisis. El turismo emisor brasileño suele responder a las fluctuaciones del tipo de cambio, al contrario de su turismo receptor internacional, que en general es poco sensible a estas variaciones, especialmente entre los visitantes procedentes de Europa y Estados Unidos. Así que, cuando el real volvió a ganar valor en la segunda mitad de 2009, pronto se retomó el ritmo de crecimiento de los pagos por viajes internacionales de los brasileños.

La teoría predice que el turismo doméstico en Brasil se beneficiaría con la crisis. Los consumidores necesitarían cortar costes para seguir viajando, y el tipo de cambio inhibía – temporalmente, como se ha mencionado – los viajes de los brasileños al exterior. Aunque los datos disponibles no sean los más adecuados, se verifica que esta situación realmente ocurrió durante la crisis. El movimiento de pasajeros en vuelos domésticos – el dato más fiable disponible al respecto – creció un 15% en 2009, frente a una disminución de un 1,2% en los vuelos internacionales, y bastante superior al crecimiento de un 2,1% registrado en 2008 para los vuelos domésticos. Estos resultados son fruto de las condiciones económicas del país en el período, favorables al crecimiento de la demanda interna, como se ha mencionado, a pesar de la crisis.

Ante este panorama, el Ministerio de Turismo de Brasil tomó la obvia decisión de priorizar el turismo doméstico del país, colaborando en la realización de campañas promocionales y en el lanzamiento, por un banco público, de una línea especial de crédito personal para viajes domésticos.

Además de las medidas relacionadas con el turismo doméstico, el Ministerio de Turismo, en conjunto con su brazo dedicado a la promoción turística internacional, enfocó el mercado sudamericano, debido a su proximidad y a su situación económica más favorable en el período. El presupuesto de 2009 para acciones de marketing en la región fue aumentado en un 20%. En el esfuerzo más destacado, los turoperadores de la región fueron los primeros a recibir una campaña de marketing vía internet, realizada en asociación con el empresariado, para ofertar paquetes turísticos con descuentos especiales, posteriormente extendida a europeos y estadounidenses. Además, se suprimieron requisitos de pasaportes, visados y vacunación para turistas colombianos.

Otras acciones fueron el anuncio de que no se impondría ninguna tasa adicional a los visitantes internacionales, y la aprobación de la reducción del valor mínimo establecido en el país para tarifas aéreas internacionales, finalizando una discusión iniciada antes de la crisis.

Como se ve, las medidas implantadas por el país en atención a los efectos de la crisis sobre el sector son muy restrictas en comparación con aquellas adoptadas por otros países, conforme ha relatado la OMT (2009b, 2010c). A pesar de la situación económica mundial no favorable, esta limitación de las medidas explica, al menos parcialmente, los resultados negativos del turismo internacional en la crisis. El mercado sudamericano, al cual en principio se dedicaron los mayores esfuerzos, registró crecimiento solamente debido a los argentinos, una vez que la llegada de turistas de todos los demás países descendió, como se ha mencionado. Los malos resultados de europeos y estadounidenses tampoco indican algún suceso relevante de las medidas implantadas. Esta postura del organismo nacional de turismo en la crisis puede ser justificada por el crecimiento del consumo de los hogares brasileños, que en conjunto con la devaluación del tipo de cambio durante la crisis, favoreció los viajes de los brasileños en el propio país. La difícil situación económica en Europa y Estados Unidos ciertamente era un obstáculo a los viajes procedentes de estas áreas, pero la falta de acciones más destacables en estos mercados también contribuyó al descenso de sus llegadas.

Así como otros Estados de la región Nordeste, la más pobre de Brasil, Rio Grande do Norte ha apostado por el turismo en las últimas décadas como actividad capaz de mejorar la situación socioeconómica del estado. Históricamente la región se enfrenta a problemas de concentración de renta, pobreza, infraestructuras y servicios públicos deficientes, condiciones naturales y climáticas adversas en su interior, y menor dinamismo económico. El turismo no es la solución para los problemas de la región, pero ciertamente ha contribuido a imprimir mayor dinamismo a su economía, aunque también genere impactos negativos, especialmente en términos urbanísticos, sociales e ambientales.

Los gobiernos estatales han sido agentes determinantes del desarrollo turístico en el Nordeste. En los años 1980 se implantaron políticas con objetivo de estimular el aumento de la infraestructura hotelera en la región. El Prodetur – Programa de Desarrollo del Turismo en el Nordeste –, iniciado en la década de 1990, fue responsable por la implantación de diversas infraestructuras de transporte (aeropuertos y carreteras), saneamiento, energía y gestión ambiental, que propiciaron las condiciones mínimas a los Estados para expandir la actividad turística. El programa fue determinante en la internacionalización del turismo de la región, tanto en términos de turistas como de inversores.

En la década de 2000, antes de la crisis económica de 2008, con obras del Prodetur ya concluidas y diversas otras en ejecución, el número de turistas en Rio Grande do Norte creció significativamente, a una tasa media anual de un 7,4% entre 2001 y 2007. Los turistas internacionales fueron los que más impulsaron tal resultado. Estos eran básicamente europeos (italianos, portugueses, españoles y escandinavos), además de una parcela menor de sudamericanos (argentinos, esencialmente). La llegada de turistas extranjeros al Estado se duplicó entre 2001 y 2007, mientras que los brasileños aumentaron un 50%. La cuota de los extranjeros en la demanda turística total llegó a un 16,5% en 2005, casi el doble de lo registrado en 2001, y superior a la media de 13% en el período. Pese al claro predominio del flujo doméstico, el aumento de la presencia de turistas extranjeros despertó la atención de gestores públicos y privados del turismo, que dedicaron una parcela importante de sus esfuerzos a la atracción de este público.

Sin embargo, a partir de 2006 el crecimiento del flujo de turistas al Estado empezó a decaer, gracias principalmente al descenso de la llegada de extranjeros en valores absolutos, que en 2007 ya acudían en cantidad menor que en 2004. La justificación más frecuentemente apuntada para esta situación era la valorización del real, que encarecía los costes de los viajes de los extranjeros a Brasil.

Este era el panorama del turismo en Rio Grande do Norte cuando los problemas de la economía mundial ganaron notoriedad en 2008. La crisis económica internacional de 2008 afectó el turismo de Rio Grande do Norte, según se concluye a partir de las informaciones analizadas para realizar este trabajo. Los efectos de la crisis sobre el Estado son relevantes en dos aspectos: el descenso de la demanda turística internacional y la contracción del sector inmobiliario asociado al turismo.

La crisis económica de 2008 agudizó el descenso de la demanda internacional, que ya se había iniciado unos años antes. Los datos del movimiento de pasajeros en vuelos internacionales muestran que el descenso de los flujos turísticos se acentuó en 2008 y 2009, a tasas anuales respectivas de un 25% y un 22%. Este descenso es mucho más agudo que el registrado por los Estados competidores del Nordeste (Bahia, Pernambuco y Ceará), que no habían crecido en el mismo ritmo antes de la crisis. Es decir, Rio Grande do Norte tuvo un ascenso y un descenso muy acentuados, en comparación con sus competidores regionales. A su vez, en los vuelos domésticos se observa una expansión continuada desde 2003, a una tasa media anual de un 15%, que supera ligeramente el desempeño de la competencia.

La investigación primaria realizada confirma el descenso de la demanda internacional y de crecimiento de la demanda doméstica en el período de la crisis. Se trata de una consecuencia directa de la situación económica en Europa y en Brasil. La grave recesión en Europa perjudicó el volumen de viajes de residentes desde este continente a Rio Grande do Norte. La rápida depreciación del real en el comienzo de la crisis no fue suficiente para provocar un repunte de la llegada de estos visitantes, como el mercado inicialmente esperaba. A su vez, el impacto reducido de la crisis en la economía brasileña y su recuperación en un ritmo elevado de crecimiento, con aumento del empleo y de la renta, e incorporación de familias a la clase media de la población, favoreció el crecimiento del turismo doméstico en Rio Grande do Norte. La expansión de la demanda turística doméstica fue de tan relevante que llegó incluso a compensar el descenso de los visitantes extranjeros.

Sin embargo, estos “nuevos” consumidores no tienen el mismo poder adquisitivo que los turistas que el Estado solía recibir, tanto internacionales como domésticos. Los turistas europeos, como se ya mencionado, se enfrentan a los problemas de la recesión económica. Los turistas brasileños de nivel de renta más alto aprovechan el real apreciado – a pesar de la rápida depreciación ocurrida en el inicio de la crisis – para viajar al exterior, en sustitución a los viajes domésticos. Así que, tras la peor fase de la crisis hasta el momento, el segmento de turistas que más crece en Rio Grande do Norte está formado por brasileños de la clase media de la población, que mejoraron su nivel de vida en los últimos años, y pasaron a consumir nuevos tipos de bienes y servicios, como el turismo. Estos turistas suelen realizar gastos y estancias menores en el destino, pero su volumen más elevado colaboró a que el turismo del Estado haya pasado por la crisis sin graves problemas, a pesar del susto inicial provocado por la retracción de la demanda internacional, la que más se había expandido en el período anterior.

Además del descenso de la demanda turística internacional, el otro efecto más relevante de la crisis en Rio Grande do Norte fue la contracción del sector inmobiliario asociado al turismo. La construcción y uso de segunda residencias es un fenómeno antiguo en el Estado, pero anteriormente los productores y los consumidores eran esencialmente locales o, en menor número, nacionales. Esta composición fue alterada en la década de 2000, debido a la mejora de la infraestructura del Estado, impulsada por el Prodetur. El número de turistas interesados en convertirse en residentes ocasionales fue progresivamente aumentando, atrayendo a la atención de inversores europeos. Desde Europa, llegaron inversores con capital disponible para adquisición de terrenos, obtención de permisos y construcción de

emprendimientos, que variaban desde unidades individuales hasta grandes complejos para millares de residencias integradas a hoteles e infraestructuras de ocio. Las inversiones ocurrieron en diversos puntos del litoral oriental de Rio Grande do Norte. Hasta 2004 los proyectos se concentraban en las proximidades de Natal y en la porción del litoral al sur de la capital, predominando inversiones de pequeño y medio porte. A partir de 2005 las inversiones se desplazan hacia el norte, en búsqueda de terrenos mayores y más baratos para implantación de proyectos de gran envergadura. Así como otras zonas turísticas del mundo, el Nordeste brasileño fue elegido por inversores de economías avanzadas para rentabilizar capitales que en sus países de origen estaban fácilmente disponibles, pero que eran peor remunerados debido a la madurez del mercado y a los altos precios.

En el Nordeste brasileño, Rio Grande do Norte solamente es precedido por Ceará en el crecimiento de las inversiones extranjeras directas en los sectores turístico e inmobiliario en la década de 2000, antes de la crisis. En Rio Grande do Norte estos sectores asumieron una parcela muy destacada de las inversiones extranjeras totales, en comparación con los demás Estados.

El gobierno del Estado, y diversos ayuntamientos del litoral, dieron amplio apoyo a la expansión del segmento. La participación del poder público se daba en la construcción de infraestructuras de comunicaciones, agua, energía y saneamiento, en acciones promocionales diversas y en la retirada de restricciones urbanísticas a los proyectos. Así como ocurre en otras áreas del mundo donde el turismo residencial se expandió, la construcción de estos emprendimientos ofrece a muchos gobiernos locales y regionales la oportunidad de fácilmente recaudar recursos para los cofres públicos.

Pese a este apoyo de los organismos públicos, no faltaban reclamaciones acerca de los impactos negativos del acentuado crecimiento del sector turístico-inmobiliario. Una primera consecuencia es la creación de una burbuja inmobiliaria en Rio Grande do Norte, similar a la ocurrida en los países desde donde se originaban los inversores y compradores de inmuebles. Los precios de las viviendas, inclusive en áreas urbanas, aumentaron en función de la demanda en expansión y del mayor poder adquisitivo de los extranjeros, perjudicando la compra y el alquiler de inmuebles por la población local. Las burbujas inmobiliarias agudizan las fases del ciclo económico, acentuándolas demasiadamente, causando inflación en los períodos de expansión, estimulados por la especulación, y haciendo las fases de contracción más agudas, con recuperación más difícil y larga. El exceso de oferta hotelera y extrahotelera

producida en el período del boom inmobiliario perjudica la competitividad del sector de alojamiento.

La expansión de la construcción de segundas residencias y grandes complejos turístico-inmobiliarios modificó el uso del litoral, en términos de tipo de ocupación, modelos constructivos y de usuarios: los residentes de menor poder adquisitivo y sus viviendas son reemplazados por turistas extranjeros, de alto nivel de renta, instalados en grandes centros turísticos y residencias con características constructivas nuevas para el local. Las familias más pobres se enfrentan al aumento de precios de inmuebles, de bienes y servicios; para poder sobrevivir, necesitan mudar su local de residencia, en general hacia zonas más distantes de sus locales de trabajo. Se acentúa la segregación espacial con base en las diferencias sociales, destinándose áreas específicas a determinados públicos, y existiendo barreras materiales e inmateriales que dificultan el uso de las áreas turísticas por la población local.

Impactos ambientales negativos también son generados, a causa del aumento de la presión humana sobre áreas y recursos naturales, especialmente nocivos en sistemas frágiles que componen el paisaje regional, como dunas, manglares y acantilados. Además, el exceso de uso causa problemas en los ya deficitarios sistemas de agua y saneamiento. Por cierto, las frecuentes reclamaciones de los empresarios sobre los problemas relacionados con la emisión de licencias ambientales para construcción de los proyectos turístico-inmobiliarios, de responsabilidad principal de un organismo del gobierno estatal, son indicativos de la problemática generada en el tema medioambiental. La situación revela, por un lado, que el gobierno era incapaz de dar andamio satisfactorio a los trámites que el propio gobierno exigía, en un sector que el mismo gobierno estimulaba; por otro lado, indica que al menos una parte de los proyectos tenía problemas medioambientales, y que la actuación del poder público era necesaria para cohibir los impactos ambientales.

Las entrevistas realizadas y diversas declaraciones a la prensa de agentes involucrados en el sector inmobiliario asociado al turismo en Rio Grande do Norte revelan que la crisis le causó un grave impacto. Este sector ha sido el más impactado por la crisis, según los entrevistados. En su percepción, cayeron las ventas de inmuebles para extranjeros y la construcción de segundas residencias, complejos turísticos, resorts y hoteles. El motivo para tal fue el cese de la demanda y de la financiación extranjeras, pues la crisis imposibilitó que consumidores y bancos europeos siguiesen participando en este mercado.

La euforia que reinaba en el mercado hasta bien poco antes de que la crisis ganara notoriedad mundial, provocó que los proyectos fueran alterados, redimensionados, paralizados, o definitivamente cancelados, al igual que ocurría en otras partes del planeta.

La crisis eliminó del mercado, al menos temporalmente, los especuladores que en él actuaban. Los empresarios del sector y sus representantes defienden que tras la crisis permanecieron en Rio Grande do Norte solamente los buenos inversores, que poseían proyectos serios a desarrollar.

A finales de 2009, y más concretamente en 2010, ya se notaba el retorno gradual de las inversiones al Estado, pero ahora orientadas al mercado doméstico, y no más a los extranjeros. A este cambio de orientación contribuyó la situación más favorable de la economía brasileña y los incentivos del gobierno federal del país al sector de la construcción, con foco en la adquisición de inmuebles por la población de menor nivel de renta. La perspectiva de que Natal sería una de las sedes del Campeonato Mundial de Fútbol de 2014 también animaba las perspectivas de los agentes involucrados en el sector turístico e inmobiliario del Estado. No obstante, se debe alertar sobre el riesgo de que esta nueva coyuntura positiva pueda alimentar nuevos procesos especulativos en el destino, generando exceso de oferta de alojamiento, destrucción ambiental y subida de precios de la vivienda por presión de la demanda.

En comparación con otros casos expuestos en el trabajo, la situación de Rio Grande do Norte guarda muchas similitudes, primeramente, con lo que ha ocurrido en Dubái en la crisis de 2008, que en el período anterior estimuló el sector turístico-inmobiliario con mucho entusiasmo – a pesar de los impactos negativos que causaba –, vio su acentuado crecimiento gracias a los mismos factores que causaron la crisis económica mundial (elevada liquidez en el mercado que generó especulación y una burbuja inmobiliaria), y cuando se asomó la crisis, se enfrentó a la paralización de los proyectos, dañando la economía local. El caso de Rio Grande do Norte también se asemeja a lo que ocurrió en Japón en los años 1990, cuando la crisis económica enfrentada por este país evidenció las debilidades del desarrollo regional basado en el sector inmobiliario asociado al turismo, sin participación local y suficiente conocimiento técnico del mercado, y que no dio la atención necesaria a factores económicos intervinientes. En este caso, la crisis económica en Japón fue positiva por cohibir que se ejecutasen proyectos turístico-inmobiliarios con poca viabilidad de éxito y ambientalmente nocivos.

Otros efectos de la crisis fueron identificados a través de las entrevistas con entidades representativas del turismo en Rio Grande do Norte. Los prestadores de servicios turísticos

del Estado, como predice la teoría, utilizaron el momento de incertidumbre sobre la actividad, y el posterior repunte de la demanda doméstica, para hacer mejorías internas en gestión, instalaciones, calidad de servicios y formación de personal. Las empresas turísticas que trabajaban con el mercado internacional tuvieron más dificultades para mantenerse en la crisis, lo que llevó muchas a cerrar; por otra parte, las empresas que daban mayor atención al mercado doméstico, o aquellas que hicieron la transición del internacional al público brasileño, enfrentaron mejor el período de crisis. El impacto sobre el empleo turístico no fue grave, se mantuvo prácticamente estable según los entrevistados, pese a observaciones menos frecuentes de aumentos de los despidos y de la rotación de personal, y de disminución de las contrataciones. En el ámbito del poder público, los entrevistados notan que el ritmo de ejecución de las acciones de la Secretaria de Turismo del Estado fue perjudicado por la crisis. Contrariándose las previsiones de algunos autores consultados en la revisión teórica, la crisis no disminuyó la atención de turistas, empresas y gobiernos de Rio Grande do Norte a cuestiones sociales y ambientales; según los resultados de la investigación, en el período hubo un aumento de la consideración a estos aspectos, que se atribuye a una tendencia general de aumento de la concienciación por estos aspectos.

Estos efectos observados están previstos en la teoría y fueron registrados en otros casos estudiados. A su vez, no se encontraron evidencias en Rio Grande do Norte de la ocurrencia significativa de otros efectos recopilados de la literatura: disminución de la recaudación fiscal, aumento del desempleo, pérdida de personal calificado, disminución de beneficios empresariales, aumento de costes de las empresas, restricciones a la financiación, empeoramiento del ambiente laboral, aumento del conservadurismo de los empresarios, aumento de la presión sobre recursos naturales, agudización de la pobreza, y menor relevancia atribuida a problemas sociales y ambientales.

Con relación a los impactos positivos indicados en la literatura, se destacan el desarrollo de nuevos segmentos turísticos en el Estado, la atención a nuevos mercados o mercados que estaban recibiendo menor atención, la implantación de mejorías en gestión, instalaciones y calidad de servicios de las empresas turísticas, y, vinculado con el sector inmobiliario asociado al turismo, la salida del mercado de agentes especuladores y de empresas menos calificadas. Otros impactos relatados en la teoría no fueron observados: la reformulación de modelos de desarrollo turístico; la mejora de políticas turísticas motivadas por el combate a la crisis; la disminución de los precios de bienes utilizados por las poblaciones locales debido al menor número de turistas; la mejora de la organización y de la

cooperación entre *stakeholders* en un destino; y la menor presión sobre recursos naturales. Tampoco parece que el destino haya aprovechado esta crisis para aprender y prepararse mejor para situaciones similares que vengan a ocurrir en el futuro.

En el balance realizado por los entrevistados, los efectos negativos de la crisis fueron más importantes que los efectos positivos. Pese al crecimiento de la demanda doméstica, que protegió al destino de la crisis, la disminución de las llegadas de turistas extranjeros y la parálisis de las inversiones turístico-inmobiliarias afectaron de forma acentuada las percepciones de los agentes del turismo de que la crisis causó efectos negativos sobre el Estado.

Como suele ser común en el sector turístico, Rio Grande do Norte no estaba preparado para la crisis. La tendencia de disminución de las llegadas de turistas internacionales ya motivaba algunas empresas a reorientar sus acciones hacia el público doméstico, pero en general, tanto desde el sector público como del privado, no había una planificación o preparación previa para afrontar la crisis económica, aunque noticias al respecto eran difundidas al menos desde 2007.

En el último trimestre de 2008, con la crisis ya causando efectos sobre el turismo, el gobierno estatal anunció sus principales medidas de respuesta a los efectos de la crisis sobre el turismo. En el ámbito de la propia administración estatal, el turismo fue el único sector liberado de un recorte presupuestario general de un 20% realizado para afrontar la crisis. Además, fueron asignados R\$ 10 millones de reales exclusivamente para marketing turístico, aplicados en el final de 2008 y a lo largo de 2009. El mercado regional y nacional fue considerado prioritario, pero también se trabajó con el mercado internacional (Europa y Estados Unidos). Las acciones realizadas incluían la participación en ferias y eventos de promoción, apoyo a eventos generadores de flujos turísticos, seminarios técnicos sobre el destino, realización de *press trips*, elaboración de material promocional y realización de campañas en revistas e internet.

Por cierto, las medidas de marketing fueron las más citadas en la encuesta realizada. Entre estas medidas se destacan las acciones promocionales en Brasil, dedicadas a la atracción del público doméstico, que presentaba mejor potencial de consumo durante la crisis. Dentro o fuera del país, algunas acciones fueron realizadas en asociación con el sector privado. El predominio de medidas relacionadas con el marketing y la asociación entre los sectores público y privado está previsto en la literatura, pues son asuntos de responsabilidad y fácil

ejecución por los organismos de turismo. Esta situación, verificada a nivel mundial, también ocurre en Rio Grande do Norte.

El gobierno estatal también anunció que no cancelaría inversiones programadas relacionadas con transporte en Natal y con transporte y saneamiento en Tibau do Sul, con base en su relevancia para el turismo.

Otras medidas del gobierno lidiaban directamente con cuestiones vinculadas a las empresas turísticas. Una de estas medidas fue un cambio en el régimen de tributación de pequeñas y medianas empresas que les permitiría mantenerse en la misma franja de tributación aunque sobrepasaran el límite legal de ingresos de su categoría, hasta un nivel máximo establecido. Esta medida no era específica para el turismo, pero como la mayoría de las empresas turísticas son de pequeño o mediano porte, favorece el sector. Otra medida fue la realización, en diciembre de 2008, de un pacto entre gobierno del Estado y representantes empresariales, incluyéndose los del turismo, para evitar despidos por al menos cuatro meses. Un poco más tarde, en abril de 2009, el gobierno estatal, atendiendo a una antigua reivindicación del sector hotelero, rebajó la alícuota de un impuesto estatal que incide sobre la energía eléctrica, justificando que sería una importante colaboración en el momento de crisis.

Estas medidas son casi todas de tipo fiscal, a excepción del pacto con el sector privado para manutención de empleos. El gobierno estatal actuó aportando nuevos recursos (R\$ 10 millones para marketing turístico a cargo del organismo estatal responsable por la materia), manteniendo sus gastos en algunas áreas consideradas clave (mantenimiento del presupuesto de su organismo oficial de turismo, y de inversiones en transporte y saneamiento en áreas turísticas) y renunciando a ingresos fiscales (reducción de impuesto en energía eléctrica, cambio de tributación de pymes).

En los trabajos teóricos que abordan el tema de las crisis y el turismo, a menudo se recomienda la diversificación de mercados y de productos como una salida para afrontar crisis de diversos tipos. El caso de Rio Grande do Norte confirma la utilidad de esta estrategia. La diversificación de mercado ocurrió con el cambio de enfoque desde el mercado internacional para el mercado doméstico. El turismo del Estado reaccionó a los problemas económicos en las economías avanzadas con la priorización del mercado doméstico. Más aún, notando que los brasileños de nivel más alto de renta también llegaban en menor número al Estado, pues pasaron a dar preferencia al exterior debido al real apreciado, los gestores públicos y privados del sector turístico de Rio Grande do Norte aumentaron los esfuerzos de atracción de la clase media de la población del país, que estaba en crecimiento y ampliando su nivel de consumo.

Sin embargo, hay el riesgo de que la diversificación, que debería ser la ampliación del abanico de mercados, se convierta en la priorización casi que exclusiva de un único mercado – el doméstico –, repitiéndose lo que ocurría antes de la crisis con relación a la atención dada al mercado internacional. En las entrevistas realizadas fue manifestado que la actuación junto al mercado internacional había sido extremadamente reducida en virtud de su debilidad en la crisis y del momento más positivo del mercado doméstico. Cuando los turistas internacionales vuelvan a ser atractivos para Rio Grande do Norte, puede ser difícil reconquistar el espacio que el Estado tenía cuando estos mercados eran priorizados.

La diversificación de productos tiene dos vertientes. Por un lado, el sector público, aunque siga priorizando la principal zona turística del Estado, realiza esfuerzos para incrementar la actividad en nuevos destinos del interior y de la costa norte. Por otro lado, el sector privado lidera los esfuerzos para ampliar la gama de segmentos turísticos trabajados en Rio Grande do Norte, que históricamente prioriza el turismo de sol y playa. En el período reciente se notan resultados muy significativos, especialmente en la ciudad de Natal, del turismo de negocios y eventos – impulsado por el buen momento de la economía brasileña – y la expansión del turismo de aventura. El crecimiento de estos segmentos ha contribuido a reducir la exposición del turismo de Rio Grande do Norte a los efectos negativos de la crisis económica internacional.

Las medidas implantadas por el gobierno estatal para sortear los efectos de la crisis sobre el turismo son básicamente aquellas propuestas en la literatura y que fueron adoptadas en otros casos estudiados, considerándose las diferencias derivadas de no se tratar de una administración de ámbito nacional. No obstante, la opinión predominante entre los entrevistados es que las medidas no fueron suficientes y no lograron sus objetivos. Cabe comentar que si los turistas suelen reaccionar más a la evolución de la situación económica que a acciones mercadológicas, como se afirma en la teoría y realmente parece ocurrir en este caso, entonces la actuación de los gobiernos de los países emisores tienen un papel mucho más relevante que la gestión estatal. Lo mismo vale para el gobierno central brasileño, que tiene más recursos y autoridad, en comparación con los gobiernos estatales, para implantar medidas económicas generales y sectoriales que favorezcan el consumo en los centros emisores y la competitividad de los destinos. La dependencia que el turismo tiene de medidas externas contra crisis, sean ellas de otra áreas geográficas (países o regiones emisoras de turistas, por ejemplo) o de otros niveles administrativos (el gobierno federal, en el caso estudiado), y su bajo poder de influencia sobre estos, es frecuentemente citada en la literatura

como un elemento que incrementa la vulnerabilidad del sector a sucesos negativos. Además, así como muchos otros gobiernos de Estados brasileños de tamaño medio o bajo, las limitaciones presupuestarias reducen la capacidad del gobierno de Rio Grande do Norte de implantar medidas anticíclicas.

Por cierto, los entrevistados testifican que las medidas contra la crisis implantadas por el gobierno brasileño y por los gobiernos de otros países, tuvieron reflejos positivos sobre el turismo en Rio Grande do Norte. Además, los entrevistados valoran positivamente la actuación del gobierno de Brasil junto al turismo durante la crisis, al contrario de lo que ocurre con relación a la actuación del gobierno estatal y de los ayuntamientos de Rio Grande do Norte.

En este sentido, cabe señalar que en general los entrevistados revelan un fuerte desacuerdo con la actuación del sector público estatal y municipal en el turismo de Rio Grande do Norte, independientemente de la crisis económica. Los principales motivos para tal, según estas opiniones, serían la falta de personal calificado, la poca sensibilización de los políticos para con el potencial y las carencias del sector turístico, y el presupuesto reducido en comparación con los Estados competidores del Nordeste. El Estado, principalmente, peca por no tener una política de largo plazo para el turismo, que podría direccionar adecuadamente los esfuerzos para el desarrollo del sector, que hoy por hoy funciona mayoritariamente a base de acciones individuales, con poca coordinación y planificación. La debilidad de la gestión pública del turismo en el Estado repercute especialmente en el marketing turístico de Rio Grande do Norte, el tema más criticado por los entrevistados. Estos problemas estructurales afectan en el desarrollo turístico de Rio Grande do Norte de forma mucho más importante que los problemas coyunturales causados por la crisis.

Como casi todas las crisis, la crisis económica internacional de 2008 generó efectos negativos y positivos. En Rio Grande do Norte, el principal efecto negativo fue la disminución de la presencia de turistas extranjeros, causada por la contracción de las economías avanzadas, especialmente la europea. La caída de este mercado sólo no causó daños muy fuertes en el destino porque la economía brasileña se recuperó con rapidez de la crisis y volvió a crecer fuertemente, generando demanda interna para los destinos turísticos del país. Si no fuera esta situación positiva de la economía de Brasil, el impacto de la crisis sobre Rio Grande do Norte sería severo.

El otro efecto destacable de la crisis sobre el turismo en Rio Grande do Norte fue la paralización de las inversiones turístico-inmobiliarias que eran tan evidentes en el escenario

estatal en el período anterior. El resultado de esta situación es ambiguo: fue negativo por perjudicar un segmento que estaba generando empleos, y que puede propiciar beneficios diversos para el Estado, dependiendo de las condiciones en que se desarrolle, pero también puede ser considerado positivo, pues el crecimiento acentuado del sector turístico-inmobiliario generaba consecuencias negativas en el Estado, en términos ambientales, sociales e incluso económicos. La comparación del peso de los efectos negativos y positivos lleva a creer que los últimos son más importantes, pues se interrumpió una dinámica de crecimiento de un sector muy especulativo, extremadamente vulnerable a fluctuaciones económicas, que no suele respetar el territorio y las características locales, causando graves impactos negativos en muchos destinos donde se ha implantado.

La crisis no causó un trastorno general en el turismo en Rio Grande do Norte. Los más afectados fueron los prestadores de servicios turísticos, empresas asociadas al sector inmobiliario y municipios que se dedicaban más directamente al mercado internacional.

El turismo es una actividad muy importante para Rio Grande do Norte, motivo por el cual el Estado debe tener en cuenta la vulnerabilidad del sector a factores externos (como una crisis económica internacional) y los aspectos internos que le pueden ser perjudiciales, como la priorización excesiva de un segmento de la oferta o de la demanda – en este caso, respectivamente, el inmobiliario asociado al turismo y la demanda internacional. Por cierto, la diversificación de productos y de mercados es un efecto positivo de la crisis, aunque ambas hayan surgido prácticamente de forma espontánea, gracias a esfuerzos individuales o de factores externos sobre los cuales no se tiene control, sin hacer parte de una política de desarrollo de la actividad en el Estado.

La crisis no fue determinante para el desarrollo turístico de Rio Grande do Norte. A pesar de evidenciar algunas debilidades de su modelo turístico, y retardar el crecimiento de las inversiones turístico-inmobiliarias, no se vislumbra que se realicen cambios en el destino capaces de reorientar su desarrollo de forma determinante. El sector turístico-inmobiliario, por ejemplo, aguarda la mejora de la situación económica internacional para retomar los proyectos. A juzgar por las opiniones colectadas, tampoco se cree que el destino salga de esta crisis mejor preparado para afrontar sucesos similares en el futuro. La facilidad proporcionada por la situación económica brasileña en el período de la crisis es determinante en este contexto, pues pospone los cambios de mayor envergadura que serían necesarios si la demanda doméstica estuviera ausente como la internacional.

No obstante, hay que cuidar para que la situación favorable del momento no sea perjudicial en el futuro: la mayor afluencia de turistas de nivel medio de renta puede perjudicar la imagen del destino junto a segmentos de consumidores de renta alta, así como los precios más bajos puede ser insostenibles a medio o largo plazo para las empresas; el abandono del mercado internacional puede mostrarse perjudicial cuando este se recupere o cuando el mercado doméstico pase a enfrentar dificultades.

Para ser menos vulnerable a crisis, dos recomendaciones son prioritarias para el turismo de Rio Grande do Norte. La primera, una exigencia antigua del empresariado y de otras organizaciones que actúan en el sector, consiste en establecer una seria política de desarrollo turístico del Estado, que oriente su evolución a medio y largo plazo. Esta política debe ser elaborada con amplia participación del sector y de aquellos por él afectados; debe considerar prioritarias las cuestiones sociales y ambientales relacionadas al desarrollo turístico; debe también expandir el conjunto de destinos y segmentos turísticos trabajados dentro del Estado, así como mercados que pueden ser captados. El turismo estatal debe prestar mucho más atención a los problemas estructurales que posee, que ejercen mayor influencia en la situación actual del destino que los problemas coyunturales provocados por la crisis. La gestión pública del turismo merece atención destacada, especialmente en lo que se refiere a la existencia de recursos financieros y humanos adecuados a las necesidades existentes.

Se ha expuesto en el trabajo algunas críticas sobre la gestión de crisis, en el sentido de que ésta enfatiza fuertemente la preparación previa para crisis y la elaboración de complejos planes para su afrontamiento, aunque no se observen estas prácticas en el turismo y que la elaboración de tales planes sea tan compleja a punto de ser ineficiente. En el caso de Rio Grande do Norte, se enfatiza la necesidad solucionar los problemas estructurales del turismo en el Estado, pues, además de todos los efectos positivos directos, reduciría su vulnerabilidad a crisis y le daría mejores condiciones para actuar cuando estas ocurran. En este sentido, es especialmente necesario implantar una política de desarrollo turístico a largo plazo, respetuosa con los intereses del sector, de la sociedad y con el medio ambiente, promoviendo la diversificación de productos y de mercados emisores.

Una solución específica para lidiar con crisis económicas, recomendada en los estudios teóricos, es el seguimiento de indicadores de mercado. Este sistema permitiría acompañar la situación y prever con alguna antelación problemas que estén surgiendo, además de servir como instrumento de apoyo a acciones mercadológicas fuera de crisis. Esta posición parece adecuada, pues preparar medidas previas contra crisis económicas, sin hechos concretos como

base, puede ser muy ineficiente. Lo que aquí se recomienda para Rio Grande do Norte – además de la solución de sus problemas estructurales, que es lo más importante – es el seguimiento sistemático de indicadores económicos y sectoriales relacionados con el turismo, que reflejen la situación de los mercados emisores y del propio destino. Cuando se noten los indicadores apunten señales de cambios en el mercado turístico, se debe evaluar qué medidas aplicar para disminuir o evitar efectos negativos, y aprovechar eventuales oportunidades que aparezcan. Este conjunto de indicadores, sumados a la realización de estudios sobre la contribución del turismo al Estado, puede incluso ayudar el sector a influenciar decisiones que le afecten en situaciones de crisis o fuera de ellas.

La creación de un fondo destinado a la actuación en períodos de crisis, como sugerido por Okumus y Karamustafa (2005), con participación público e privada, también puede ser adecuada, aunque sea difícil alcanzar un acuerdo para implantarlo.

En el momento de escribir estas líneas aún es poco claro el rumbo que la economía mundial tomará en los próximos años, especialmente en las economías avanzadas. La recuperación del crecimiento de las llegadas turísticas internacionales depende de esta evolución, pese el vigor de las economías que están despuntando. El sector turístico de Brasil y de Rio Grande do Norte continuará en la expectativa de la situación internacional, mientras espera que no haya cambios drásticos en la positiva coyuntura doméstica.

Tampoco está claro si las enseñanzas proporcionadas por estas crisis, sus motivos, sus consecuencias y sus respuestas, serán utilizadas para evitar que situaciones similares ocurran en el futuro. Este trabajo es un esfuerzo de comprender mejor una situación particular de una actividad que también fue afectada por la crisis. La crisis es al mismo tiempo causa y consecuencia de un modelo de desarrollo turístico implantando en muchos destinos en el mundo, y entre ellos Rio Grande do Norte. La crisis es consecuencia de este modelo porque su origen se debe a la financiación fácil para proyectos de todos los tipos, con el apoyo total del poder público, sin importar su viabilidad, fiabilidad y sus consecuencias negativas sociales, económicas y ambientales. La crisis impacta este modelo al evidenciar sus debilidades: las inversiones internacionales, tan valoradas y privilegiadas antes de la crisis, cesaron – al menos temporalmente; los turistas internacionales, objeto de devoción inequívoca de gobiernos y empresas, ya no llegan a los destinos como antes lo hacían.

¿Son impactos negativos o positivos de la crisis? Seguramente son negativos si se tienen en cuenta las familias que tendrán dificultades pues sus empleos o sus empresas están en peligro. De otro lado, la crisis interrumpe una dinámica de explotación desmesurada del

territorio para implantar hoteles, viviendas y otros equipamientos turísticos que no dan el retorno adecuado a la sociedad y que generan impactos ambientales y sociales. Además, aunque tarde un poco más, la experiencia de este momento de crisis puede servir para evitar que los mismos problemas vuelvan a ocurrir, con base en un modelo de turismo que sea más sólido, competitivo, benéfico, justo, y respetable con el medio ambiente y la sociedad. Que este trabajo pueda ser una contribución para este difícil, pero necesario objetivo.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abel, A. B., & Bernanke, B. S. (2004). *Macroeconomía* (4 ed.). Madrid, España: Pearson Educación.
- Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC). (2009). *Dados comparativos avançados*. Recuperado el 6 de junio de 2010, de <http://www.anac.gov.br/dadosComparativos/>
- Albuquerque, V. (2008, 21 de Diciembre). Setor turístico se prepara para alta no verão. *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/setor-turistico-se-prepara-para-alta-no-verao/96269>
- Andraz, J. L. M., Gouveia, P. M. D. C. B., & Rodrigues, P. M. M. (2009). Modelling and forecasting the UK tourism growth cycle in Algarve. *Tourism Economics*, 15, 323-338.
- Araújo, R. (2010, 25 de Agosto). Falta de turistas encurta período do charter Natal-Madri. *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/falta-de-turistas-encurta-periodo-do-charter-natal-madri/157890>
- Asamblea General de las Naciones Unidas, 95ª sesión plenaria. (2009). *Documento final de la Conferencia sobre la crisis financiera y económica mundial y sus efectos en el desarrollo* (A/RES/63/303, 09/07/2009). Nueva York, Estados Unidos: Organización de las Naciones Unidas.
- Assis, L. F. (2009). Segundas residencias y multiterritorialidad en el Nordeste brasileño: El aumento del turismo residencial. In T. Mazón, R. Huete & A. Mantecón (Eds.), *Turismo, urbanización y estilos de vida: Las nuevas formas de movilidad residencial* (1 ed., pp. 175-192). Barcelona, España: Icaria.
- Banco Central do Brasil. (2010a). Balanço de Pagamentos (anual). Recuperado el 9 de octubre de 2010, de <http://www.bcb.gov.br/ftp/notaecon/balpaga.zip>
- Banco Central do Brasil. (2010b). Balanço de Pagamentos (mensal). Recuperado el 9 de octubre de 2010, de <http://www.bcb.gov.br/ftp/notaecon/balpagm.zip>
- Banco Central do Brasil. (2010c). Balanço de Pagamentos (trimestral). Recuperado el 10 de octubre de 2010, de <http://www.bcb.gov.br/ftp/notaecon/balpagt.zip>
- Banco Central do Brasil. (2010d). Taxa de câmbio - livre - dólar americano (compra) - média de período - mensal - u.m.c./US\$. Recuperado el 9 de octubre de 2010, de <https://www3.bcb.gov.br/sgspub/>
- Banco do Nordeste. (2005). *Relatório final de projeto apresentado ao BID*. Fortaleza, Brasil: Autor. Recuperado de http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/prodetur/downloads/docs/docum_9_pcr_i.pdf
- Banco do Nordeste. (2006). *PRODETUR/NE I: Resultados*. Recuperado el 28 de julio de 2010, de http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/PRODETUR/Prodetur_ne1/gerados/resultados.asp

- Banco do Nordeste. (2009). *PRODETUR/NE I: Situação atual*. Recuperado el 17 de septiembre de 2010, de http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/PRODETUR/Prodetur_ne2/gerados/situacao_atual.asp
- Banco do Nordeste. (2010). *Prodetur/NE II: Pólos de turismo. Composição e atas*. Recuperado el 24 de septiembre de 2010, de http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/prodetur/conselhos_rn/gerados/prodetur_conselhos_rn.asp
- Banco do Nordeste. (s.f. a). *Prodetur/NE II: Pólos de turismo. Pólo Costa das Dunas*. Recuperado el 28 de julio de 2010, de http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/prodetur/polos/gerados/prodetur_polos_riogdonorte.asp
- Banco do Nordeste. (s.f. b). *Prodetur/NE II: Regulamento operacional*. Fortaleza, Brasil: Autor. Recuperado de http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/PRODETUR/Downloads/docs/rop_1_parte_geral.pdf
- Banco Mundial. (2010). *Global economic prospects: Crisis, Finance, and Growth*. Washington, Estados Unidos: Autor. Recuperado de <http://siteresources.worldbank.org/INTGEP2010/Resources/GEP2010-Full-Report.pdf>
- Bank for International Settlements [BIS]. (2009). *79th Annual Report*. Recuperado de <http://www.bis.org/publ/arpdf/ar2009e.htm>
- Barros, J. R. M. d. (2010). El impacto de la crisis internacional en Brasil. *Análisis del Real Instituto Elcano (ARI)*, 38/2010. Recuperado de http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/fa9d1380418d92358ee09f6ffd169460/ARI38-2010_Barroso_crisis_internacional_Brasil.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=fa9d1380418d92358ee09f6ffd169460
- Bezerra, M. M. O., & Clementino, M. L. M. (2008). Bolhas imobiliárias e turismo. *Simpósio Espaço Metropolitano, Turismo e Mercado Imobiliário*. Recuperado de http://sites.google.com/a/metrowiki.net/observat-rio-das-metr-poles-workshop-fortaleza/trabalhos-apresentados/Bolhas_imobiliarias_e_turismo.pdf?attredirects=0&d=1
- Blake, A., & Sinclair, M. T. (2003). Tourism crisis management: US response to September 11. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 813-832. doi:10.1016/S0160-7383(03)00056-2
- Brazil's booming economy. (2010, Mayo). *The Economist*, 395(8683). Recuperado de http://www.economist.com/world/americas/displaystory.cfm?story_id=16167612
- Burns, A. F. (1969). *The business cycle in a changing world*. Recuperado de <http://www.nber.org/books/burn69-1>
- Burns, A. F., & Mitchell, W. C. (1946). *Measuring business cycles* (1 ed.). Nueva York, Estados Unidos: NBER. Recuperado de <http://www.nber.org/books/burn46-1>

- Cañada, E. (2010). *Turismo en Centroamérica: Nuevo escenario de conflicto social*. Recuperado de <http://albasud.org/publ/docs/32.low.pdf>
- Canteras, D., Vasques, C., & Moura, G. (2007). *Investimentos turístico-imobiliários no Brasil: Novas descobertas*. São Paulo, Brasil. Recuperado de <http://pt.hvs.com/article/3431/investimentos-tur%C3%ADstico-imobili%C3%A1rios-no-brasil-2007/>
- Carvalho, C. E. (2009). A crise internacional desafia o modelo brasileiro de abertura e liberalização. *Estudos Avançados*, 23(66), 111-123. doi:10.1590/S0103-40142009000200010
- Cavalcante, F. (2010, 5 de Abril). Classe média impulsiona investimentos estrangeiros. *Brasilturis*. Recuperado de http://www.brasilturis.com.br/edicaomateria_materia.neo?Materia=135
- Cavalcante, R. (2007). O Nordeste português. *Anuário Exame*, 56-58. Recuperado de http://portalexame.abril.com.br/static/aberto/turismo/anuario_exame_turismo/m0125876.html
- Chen, M.-H. (2007). Macro and non-macro explanatory factors of Chinese hotel stock returns. *International Journal of Hospitality Management*, 26(4), 991-1004. doi:10.1016/j.ijhm.2006.04.002
- Chen, M.-H. (2010). The economy, tourism growth and corporate performance in the Taiwanese hotel industry. *Tourism Management*, 31(5), 665-675. doi:10.1016/j.tourman.2009.07.011
- Chen, M.-H., Kim, W. G., & Kim, H. J. (2005). The impact of macroeconomic and non-macroeconomic forces on hotel stock returns. *International Journal of Hospitality Management*, 24(2), 243-258. doi:10.1016/j.ijhm.2004.06.008
- Choi, J.-G. (2003). Developing an economic indicator system (a forecasting technique) for the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 22(2), 147-159. doi:10.1016/S0278-4319(03)00015-X
- Choi, J.-G., Olsen, M. D., Kwansa, F. A., & Tse, E. C.-Y. (1999). Forecasting industry turning points: The US hotel industry cycle model. *International Journal of Hospitality Management*, 18(2), 159-170. doi:10.1016/S0278-4319(99)00011-0
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2009). *La reacción de los gobiernos de las Américas frente a la crisis internacional: Una presentación sintética de las medidas de política anunciadas hasta el 30 de septiembre de 2009*. Santiago, Chile: Autor. Recuperado de <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/8/37618/2009-733-Lareacciondelosgobiernos-30septiembre-WEB.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), & Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2008). *Emprego, desenvolvimento humano e trabalho decente: A experiência brasileira recente*. Brasília, Brasil: Autores. Recuperado de <http://www.pnud.org.br/arquivos/arqui1220877382.zip>

- Comisión Europea. (2009). *Economic crisis in Europe: Causes, consequences and responses*. Luxemburgo: Office for Official Publications of the European Communities.
- Conta de energia fica mais barata para hotéis e pousadas. (2009, 16 de Abril). Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/conta-de-energia-fica-mais-barata-para-hoteis-e-pousadas/106618>
- Costas, R. (2005, 9 de Noviembre). O Nordeste dos europeus. *Veja*, 38, 121-126.
- Crise financeira mundial beneficia o turismo no RN. (2008, 18 de Diciembre). *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/crise-financeira-mundial-beneficia-o-turismo-no-rn/95934>
- Cruz, R. C. (2000). *Política de turismo e território* (1 ed.). São Paulo, Brasil: Contexto.
- Cruz, R. C. (2009). Los nuevos escenarios del turismo residencial en Brasil: Un análisis crítico. In T. Mazón, R. Huete & A. Mantecón (Eds.), *Turismo, urbanización y estilos de vida: Las nuevas formas de movilidad residencial* (1 ed., pp. 161-174). Barcelona, España: Icaria.
- Dantas, E. W., Souza, M. A. A., Ferreira, A. L. d. A., Clementino, M. d. L. M., & Corso, G. (2009). *Estudo comparativo sobre o papel das atividades imobiliário-turísticas na transformação do espaço social das metrópoles nordestinas: Salvador, Recife, Natal e Fortaleza*: Observatório das Metrôpoles. Recuperado de <http://www.cchla.ufrn.br/rmnatal/relatorio/finalimobiliarioturistico09.pdf>
- Dantas, S. R. (2009, 20 de Diciembre). Resorts no litoral são retomados. *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/resorts-no-litoral-sao-retomados/135416>
- Dantas, S. R. (2009, 23 de Agosto). Turismo nacional ainda é caminho. *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/turismo-nacional-ainda-e-caminho/123212>
- Dantas, S. R. (2009, 27 de Diciembre). Nacionais devem suprir estrangeiros. *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/nacionais-devem-suprir-estrangeiros/136036>
- De la Dehesa, G. (2009). *La primera gran crisis financiera del siglo XXI: Orígenes, detonantes, efectos, respuestas y remedios*. (3 ed.). Madrid, España: Alianza Editorial.
- De Sausmarez, N. (2004). Malaysia's response to the Asian financial crisis: Implications for tourism and sectoral crisis management. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(4), 217-231. doi:10.1300/J073v15n04_01
- De Sausmarez, N. (2007a). Crisis management, tourism and sustainability: The role of indicators. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), 700-714. doi:10.2167/jost653.0
- De Sausmarez, N. (2007b). The potential for tourism in post-crisis recovery: Lessons from Malaysia's experience of the Asian financial crisis. *Asia Pacific Business Review*, 13, 277-299. doi:10.1080/13602380601045587

- Decreto reduz de 25% para 17% ICMS da tarifa elétrica para hoteleiros. (2009, 15 de Abril). Recuperado de <http://www.rn.gov.br/imprensa/noticias/decreto-reduz-de-25-para-17-icms-da-tarifa-eletrica-para-hoteleiros/1665/>
- Dell'Amore, C. (2008). *Global financial crisis endangers conservation gains*. Recuperado el 28 de mayo de 2010, de <http://news.nationalgeographic.com/news/2008/10/081008-financial-crisis-environment.html>
- Ecocil vende metade de suas ações. (2008, 23 de Diciembre). *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/ecocil-vende-metade-de-suas-acoes/96444>
- Embratur. (2009). *Plano Aquarela: Marketing turístico internacional do Brasil*. Brasília, Brasil: Ministério do Turismo. Recuperado de http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Plano_Aquarela_2020.pdf
- Estrangeiros de volta ao RN. (2010, 13 de Marzo). *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/estrangeiros-de-volta-ao-rn/142910>
- Falta planejamento para o turismo. (2008, 2 de Noviembre). *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/falta-planejamento-para-o-turismo/91805>
- Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, 22, 135-147. doi:10.1016/S0261-5177(00)00048-0
- Faulkner, B., & Vikulov, S. (2001). Katherine, washed out one day, back on track the next: A post-mortem of a tourism disaster. *Tourism Management*, 22(4), 331-344. doi:10.1016/S0261-5177(00)00069-8
- Fernández, R. (2009, 7 de Junio). Nicolás Mateos: "Sin tanta envidia no habría ido a prisión". *La Verdad*. Recuperado de <http://www.laverdad.es/murcia/20090607/region/tanta-envidia-habria-prision-20090607.html>
- Ferreira, A. L. A., & Silva, A. F. C. (2007). Perdas e ganhos na produção imobiliária: Uma agenda pública para o futuro. *Scripta Nova*, XI(245). Recuperado de <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-24544.htm>
- FGV/EBAPE. (2010). Boletim de desempenho econômico do turismo. VII(25), enero 2010. Recuperado de http://www.copa2014.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/conjuntura_economica/boletim_desempenho_turismo/download_boletim_desempenho_economico_turismo/Boletim_-_Ano_VII_nx_25_-_Janeiro_2010.pdf
- Figuerola, M. (2000). *Introducción al estudio económico del turismo* (1 ed.). Madrid, España: Civitas.
- Fischer, R. M. (2010). Lições a aprender: A crise e os investimentos sociais. *Revista USP*, 85, 95-109.
- Fondo Monetario Internacional. (2010a). International financial statistics. Recuperado el 9 de octubre de 2010, de Principal Global Indicators <http://www.principalglobalindicators.org>

- Fondo Monetario Internacional. (2010b). World economic outlook database, october 2010. Recuperado el 9 de octubre de 2010, de Autor <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/02/weodata/index.aspx>
- Fondo Monetario Internacional. (2010c). *World economic outlook, october 2010*. Washington, Estados Unidos: Autor. Recuperado de <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/02/pdf/text.pdf>
- Fonseca, M. A. P. (2005). *Espaço, políticas de turismo e competitividade* (1 ed.). Natal, Brasil: EDUFRRN.
- Frechtling, D. C. (1982). Tourism trends and the business cycle: Tourism in recession. *Tourism Management*, 3(4), 285-290. doi:10.1016/0261-5177(82)90051-6
- Funck, C. (1999). When the bubble burst: Planning and reality in Japan's resort industry. *Current Issues in Tourism*, 2(4), 333-353. doi:10.1080/13683509908667860
- Godoy, J. (2008). *Global crisis a "window of opportunity"*. Recuperado el 28 de mayo de 2010, de <http://www.ipsterraviva.net/tv/IUCN2008/currentNew.aspx?new=1156>
- Gómez, I., Kandel, S., & Morán, W. (2009). *Conflictos y respuestas territoriales frente al auge inmobiliario del turismo: El caso del Archipiélago de Bocas del Toro*. Recuperado de http://prisma2.org.sv/web/publicacion_detalle.php?id=353
- Gouveia, P. M. D. C. B., & Rodrigues, P. M. M. (2005). Dating and synchronizing tourism growth cycles. *Tourism Economics*, 11, 501-515.
- Governadora anuncia medidas econômicas e garante obras. (2008, 24 de Octubre). Recuperado de <http://www.rn.gov.br/imprensa/noticias/governadora-anuncia-medidas-economicas-e-garante-obras/516/>
- Governadora e empresários assinam pacto para evitar efeitos negativos da crise financeira. (2008, 4 de Diciembre). Recuperado de <http://www.rn.gov.br/imprensa/noticias/governadora-e-empresarios-assinam-pacto-para-evitar-efeitos-negativos-da-crise-financeira/749/>
- Governadora é homenageada com a maior comenda do setor imobiliário. (2010, 3 de Marzo). *No Minuto*. Recuperado de <http://www.nominuto.com/noticias/politica/governadora-e-homenageada-com-a-maior-comenda-do-setor-imobiliario/48697/>
- Governo investe R\$ 9 milhões para divulgação turística. (2009, 1 de Marzo). *Diário de Natal*. Recuperado de <http://www.rn.gov.br/imprensa/noticias/governo-investe-r-9-milhoes-para-divulgacao-turistica/1141/>
- Greenpeace. (2008). *Tackling the climate crisis will help resolve the financial crisis*. Amsterdam, Países Bajos. Recuperado de <http://www.greenpeace.org/international/Global/international/planet-2/report/2008/11/tackling-the-climate-crisis-wi.pdf>
- Griffith-Jones, S., & Ocampo, J. A. (2009). The financial crisis and its impact on developing countries [Documento de trabajo]. *Working Papers*, 53. Recuperado de <http://www.ipc-undp.org/pub/IPCWorkingPaper53.pdf>

- Grupo espanhol Sánchez pede concordata preventiva. (2008, 25 de Marzo). *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/grupo-espanhol-sanchez-pede-concordata-preventiva/70861>
- Grupo Sánchez confirma obras do Natal Golf. (2008, 15 de Abril). *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/grupo-sanchez-confirma-obras-do-natal-golf/72773>
- Guerrero, S. (2009). Dubai: Crisis económica y turismo residencial. In T. Mazón, R. Huete & A. Mantecón (Eds.), *Turismo, urbanización y estilos de vida: Las nuevas formas de movilidad residencial* (1 ed., pp. 221-233). Barcelona, España: Icaria.
- Guizzardi, A., & Mazzocchi, M. (2010). Tourism demand for Italy and the business cycle. *Tourism Management*, 31(3), 367-377. doi:10.1016/j.tourman.2009.03.017
- Haywood, M. (1998). Economic business cycles and the tourism life-cycle concept. In K. G. Debbage & D. Ioannides (Eds.), *The economic geography of the tourist industry: A supply-side analysis* (pp. 273-284). Nueva York, Estados Unidos: Routledge. Recuperado de <http://www.informaworld.com/smpp/content~content=a728152653>.
- Henderson, J. C. (1999a). Managing the Asian financial crisis: Tourist attractions in Singapore. *Journal of Travel Research*, 38(2), 177-181. doi:10.1177/004728759903800212
- Henderson, J. C. (1999b). Southeast Asian tourism and the financial crisis: Indonesia and Thailand compared. *Current Issues in Tourism*, 2(4), 294-303. doi:10.1080/13683509908667857
- Henderson, J. C. (1999c). Tourism management and the Southeast Asian economic and environmental crisis: a Singapore perspective. *Managing Leisure*, 4(2), 107-120. doi:10.1080/136067199375887
- Henderson, J. C. (2002). Managing a tourism crisis in Southeast Asia: The role of national tourism organisations. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 3(1), 85-105. doi:10.1300/J149v03n01_05
- Hidalgo, M. (1996). Aspectos macroeconómicos del turismo. In A. Muñoz & V. Monfort (Eds.), *Introducción a la economía del turismo en España* (pp. 157-179). Madrid, España: Civitas.
- Hidalgo, M. (2009). La crisis mundial y sus repercusiones sobre los pueblos y países sometidos. In Cáritas (Ed.), *Del conflicto a la reconstrucción. Perspectivas de paz en Afganistán*. Madrid, España: Cáritas.
- Höhne, N., Burck, J., Eisbrenner, K., van der Straeten, L., & Phylipsen, D. (2009). *Economic/climate recovery score cards: How climate friendly are the economic recovery packages?* Recuperado de <http://www.ecofys.com/com/publications/documents/EconomicClimaterecoveryscorecards.pdf>
- Infraero. (2010). *Estatística dos aeroportos*. Recuperado el 14 de septiembre de 2010, de <http://www.infraero.gov.br/index.php/br/estatistica-dos-aeroportos.html>
- Inhudes, A. (2009). Força do mercado interno mitiga os efeitos da crise. *Visão do desenvolvimento*, 71. Recuperado de

- http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Publicacoes/Consulta_Expressa/Tipo/Visao_do_Desenvolvimento/201002_78.html
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2007). *Contagem da população 2007*. Recuperado de <http://ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/contagem2007/default.shtm>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2009a). *Contas regionais do Brasil 2003-2007*. Rio de Janeiro, Brasil: Autor. Recuperado de http://ibge.gov.br/home/estatistica/economia/contasregionais/2003_2007/contas_regionais_2003_2007.pdf
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2009b). *Síntese de indicadores sociais 2009*. Recuperado de <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/sinteseindicsoais2009/default.shtm>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2010a). *Contas nacionais trimestrais: Taxa trimestral (variação em volume em relação ao mesmo trimestre do ano anterior - %)*. Recuperado el 9 de octubre de 2010, de <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/pib/defaulttabelas.shtm>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2010b). *Pesquisa nacional por amostra de domicílios*. Rio de Janeiro, Brasil: Autor. Recuperado de <http://www.sidra.ibge.gov.br/pnad/default.asp>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (s.f.). *IBGE teen: Mapas*. Recuperado de <http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/mapas/index.html>
- Investimentos reduzem ritmo no RN. (2009, 1 de Febrero). *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/investimentos-reduzem-ritmo-no-rn/99648>
- Ipeadata. (2010a). *PIB Estadual a preços constantes, R\$ de 2000*. Recuperado el 16 de junio de 2010, de <http://ipeadata.gov.br/>
- Ipeadata. (2010b). *Zona do Euro - taxa de câmbio - R\$ / euro - compra - média R\$*. Recuperado el 20 de septiembre de 2010, de <http://ipeadata.gov.br/>
- Jiménez, D. (2009). Crisis y sostenibilidad: Respuestas con futuro y oportunas en tiempos de crisis. *Ambienta*, 88, 73-88.
- Julião, V. (2010, 28 de Febrero). Ponte não traz frutos esperados. *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/ponte-nao-traz-frutos-esperados/141684>
- Kacef, O. (2010). América Latina frente a la crisis internacional: ¿Por qué esta vez fue diferente? In J. A. Alonso & A. Bárcena (Eds.), *Pensamiento Iberoamericano* (Vol. 6, pp. 81-102). Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), Fundación Carolina. Recuperado de <http://www.pensamientoiberoamericano.org>
- Kanter, J. (2008). Europe's leadership in carbon control at risk in credit crisis. *The New York Times*. Recuperado de <http://www.nytimes.com/2008/10/21/business/worldbusiness/21climate.html>

- Kerr, S., & Wigglesworth, R. (2010, 27 de Septiembre). Half of Dubai's property projects scrapped. *Financial Times*. Recuperado de <http://www.ft.com/cms/s/0/8a4b91a8-ca67-11df-a860-00144feab49a.html>
- King, B. (2000). Institutions, research and development: tourism and the Asian financial crisis. *International Journal of Tourism Research*, 2(2), 133-136. doi:10.1002/(SICI)1522-1970(200003/04)2:2<133::AID-JTR189>3.0.CO;2-F
- Kondo, A. L. M., & Laterza, B. L. (2008). *Complexos turístico-residenciais: Uma investigação sobre a situação e as perspectivas deste mercado no Nordeste brasileiro*. Centro Universitário Senac, São Paulo. Recuperado de [http://www.braziltour.com/site/arquivos/dados_fatos/premiofgv/projetos_turisticos_residenciais_\(monografia\).pdf](http://www.braziltour.com/site/arquivos/dados_fatos/premiofgv/projetos_turisticos_residenciais_(monografia).pdf)
- Kontogeorgopoulos, N. (1999). Sustainable tourism or sustainable development? Financial crisis, ecotourism, and the 'Amazing Thailand' campaign. *Current Issues in Tourism*, 2(4), 316-332. doi:10.1080/13683509908667859
- Krugman, P. (2009). *El retorno de la economía de la depresión y la crisis actual* (6 ed.). Barcelona, España: Crítica.
- Krugman, P. (2010, 6 de Junio). *Lost decade, here we come*. Recuperado de <http://krugman.blogs.nytimes.com/2010/06/06/lost-decade-here-we-come/>
- Krugman, P. (2010, 10 de Diciembre). *Hey, small spender*. Recuperado de <http://www.nytimes.com/2010/10/11/opinion/11krugman.html?ref=paulkrugman>
- Lapavitsas, C. (2009). The roots of the global financial crisis. *Development Viewpoint*, 28. Recuperado de <http://www.soas.ac.uk/cdpr/publications/dv/>
- Laws, E., & Prideaux, B. (2006). Crisis management: A suggested typology. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2), 1-8. doi:10.1300/J073v19n02_01
- Leon, C., Filis, G., & Eeckels, B. (2006, 27 October 2006). *Cyclical movements of tourist income and GDP and their transmission mechanism: Evidence from Greece*. Paper presented at the meeting of the 24th International EUROCHRIE Conference, Universidad de Aegean, Tesalónica.
- Lew, A. A. (1999). Tourism and the Southeast Asian crises of 1997 and 1998: A view from Singapore. *Current Issues in Tourism*, 2(4), 304-315. doi:10.1080/13683509908667858
- Lim, C., Min, J. C. H., & McAleer, M. (2008). Modelling income effects on long and short haul international travel from Japan. *Tourism Management*, 29(6), 1099-1109. doi:10.1016/j.tourman.2008.02.012
- Lopes, W. (2010, 28 de Marzo). Megaprojetos turísticos no litoral não saem do papel. *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/megaprojetos-turisticos-no-litoral-nao-saem-do-papel/144153>
- Lucon, O., & Goldemberg, J. (2009). Crise financeira, energia e sustentabilidade no Brasil. *Estudos Avançados*, 23(65), 121-130. doi:10.1590/S0103-40142009000100009
- Maisonave, F. (2010, Junio). Brasil já não corre risco de superaquecimento, afirma Mantega. *Folha*. Recuperado de <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/745023-brasil-ja-nao-corre-risco-de-superaquecimento-afirma-mantega.shtml>

- Malhotra, N. K. (2004). *Pesquisa de marketing: Uma orientação aplicada*. (4 ed.). Porto Alegre, Brasil: Bookman.
- Mantega, G. (2009, Septiembre). Brasil: Superando a crise. *Pleno do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social: Reunião Extraordinária nº 2*. Recuperado de http://www.cdes.gov.br/exec/documento/baixa_documento.php?p=f01200e46c4158da58c7f835e142ed652ad506ebedf252bbf1cff2a0204a34de0295d546b608cb9e35cebfd2a93dd00d9c0f
- Martínez Alier, J. (2009). La crisis económica vista desde la economía ecológica. *Ecología Política*, 36, 23-32. Recuperado de <http://ecologiapolitica.info/ep/36.pdf>
- McKercher, B., & Hui, E. L. L. (2004). Terrorism, economic uncertainty and outbound travel from Hong Kong. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(2), 99-115. doi:10.1300/J073v15n02_06
- Meirelles, H. (2010, Mayo). Crescimento e manutenção da responsabilidade monetária. *Exame Fórum*. Recuperado de http://www4.bcb.gov.br/pec/apron/apres/Exame_Forum_Brasil.pdf
- Mesquita, M., & Torós, M. (2010). Considerações sobre a atuação do Banco Central na crise de 2008. *Trabalhos para Discussão*, 202. Recuperado de <http://www.bcb.gov.br/pec/wps/port/wps202.pdf>
- Miller, D. C. (1991). *Handbook of research design and social measurement* (5 ed.). Newbury Park, Estados Unidos: Sage.
- Ministério do Turismo. (2007). *Plano nacional de turismo 2007/2010: Uma viagem de inclusão*. Brasília, Brasil: Autor. Recuperado de http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/plano_nacional/downloads_plano_nacional/PNT_2007_2010.pdf
- Ministério do Turismo. (2010a). *Anuário Estatístico de Turismo - 2010*: Ministério do Turismo. Recuperado de http://www.copa2014.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/anuario/downloads_anuario/Anuxrio_Estatxstico_de_Turismo_-_2010_-_Ano_base_2009.pdf
- Ministério do Turismo. (2010b). *Documento referencial turismo no Brasi 2011/2014*. Brasília, Brasil: Autor. Recuperado de http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/19Documento_Referencial.html
- Ministério do Turismo. (2010c). *Estudo da Demanda Turística Internacional 2004-2008*. Brasília, Brasil: Autor. Recuperado de http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/demanda_turistica/internacional/download_internacional/Estudo_da_Demanda_Turxstica_Internacional_-_2004-2008.pdf
- Moura, R. (2010, 17 de Enero). Neiwaldo Guedes: “Precisamos de mais agressividade”. *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/neiwaldo-guedes-precisamos-de-mais-agressividade/137915>

- Moura, R. (2010, 21 de Febrero). Apart-hotéis esperam novo fôlego. *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/apart-hoteis-esperam-novo-folego/140969>
- Moura, R. (2010, 28 de Febrero). É preciso combater os especuladores. *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/e-preciso-combater-os-especuladores/141667>
- National Bureau of Economic Research [NBER]. (2010a). *Business cycle dating committee, National Bureau of Economic Research*. Recuperado el 1 de octubre de 2010, de <http://www.nber.org/cycles/sept2010.html>
- Neri, M. (2008). *A nova classe média*. Río de Janeiro, Brasil: FGV/IBRE, CPS. Recuperado de http://www3.fgv.br/ibrecps/M3/M3_ANovaClasseMedia_Port_2.pdf
- O bom remédio contra a crise. (2008, 14 de Noviembre). *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/o-bom-remedio-contr-a-cri-se/93000>
- O turismo do RN ganha com a crise. (2008, 19 de Noviembre). *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/o-turismo-do-rn-ganha-com-a-cri-se/93429>
- O turismo pede socorro. (2008, 15 de Noviembre). *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/o-turismo-pede-socorro/93105>
- Ocupação da baixa estação é a pior dos últimos 10 anos. (2009, 14 de Julio). *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/ocupacao-da-baixa-estacao-e-a-pior-dos-ultimos-10-anos/115768>
- Oito milhões até 2014. (2010, 23 de Marzo). *Jornal Panrotas*. Recuperado de <http://www.panrotas.com.br/>
- Okumus, F., Altinay, M., & Arasli, H. (2005). The impact of Turkey's economic crisis of February 2001 on the tourism industry in Northern Cyprus. *Tourism Management*, 26(1), 95-104. doi:10.1016/j.tourman.2003.08.013
- Okumus, F., & Karamustafa, K. (2005). Impact of an economic crisis: Evidence from Turkey. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 942-961. doi:10.1016/j.annals.2005.04.001
- Oliveira, A. J., & Galdino, M. (2010). Um ano após a crise: Os impactos nas negociações internacionais. *Revista USP*, 85, 17-29.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). (2009). *El estado de la inseguridad alimentaria en el mundo. Crisis económicas: Repercusiones y enseñanzas extraídas*. Roma, Italia: Autor.
- Organización Mundial del Turismo. (1999). *Impacts of the financial crisis on Asia's tourism sector* (1 ed.). Madrid, España: Autor.
- Organización Mundial del Turismo. (2008a). Barómetro OMT del turismo mundial. 6(1), Enero 2008. Recuperado de http://unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom08_1_sp.pdf

- Organización Mundial del Turismo. (2008b). Barómetro OMT del turismo mundial. 6(3), Octubre 2008. Recuperado de http://unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom08_3_sp_LR.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (2009a). Barómetro OMT del turismo mundial. *Actualización provisional*, Septiembre 2009. Recuperado de http://unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom09_update_sept_en.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (2009b). *Tourism and economic stimulus: Initial assessment, Update September 2009*. Madrid, España: Autor. Recuperado de <http://www.unwto.org/trc>
- Organización Mundial del Turismo. (2010a). Barómetro OMT del turismo mundial. *Actualización provisional*, Abril 2010. Recuperado de http://unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom10_update_april_en_excerpt.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (2010c). *First report on the implementation on the roadmap for recovery*. Madrid, España: Autor. Recuperado de http://www.unwto.org/trc/pdf/UNWTO_TRC_Implementation_R4R_2010_Mar.pdf
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). (2010). OECD main economic indicators. Recuperado el 28 de mayo de 2010, de Principal Global Indicators <http://www.principalglobalindicators.org>
- Papatheodorou, A., Rossello, J., & Xiao, H. (2010). Global economic crisis and tourism: Consequences and perspectives. *Journal of Travel Research*, 49(1), 39-45. doi:10.1177/0047287509355327
- Praias do RN recebem turistas brasileiros. (2009, 1 de Febrero). *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/praias-do-rn-recebem-turistas-brasileiros/99584>
- Prideaux, B. (1999). Tourism perspectives of the Asian financial crisis: Lessons for the future. *Current Issues in Tourism*, 2(4), 279-293. doi:10.1080/13683509908667856
- Prideaux, B., & Kim, S. M. (1999). Bilateral tourism imbalance - is there a cause for concern: The case of Australia and Korea. *Tourism Management*, 20(4), 523-531. doi:10.1016/S0261-5177(99)00021-7
- Prideaux, B., Laws, E., & Faulkner, B. (2003). Events in Indonesia: Exploring the limits to formal tourism trends forecasting methods in complex crisis situations. *Tourism Management*, 24(4), 475-487. doi:10.1016/S0261-5177(02)00115-2
- Prideaux, B., & Witt, S. F. (2000). The impact of the Asian financial crisis on Australian tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 5(1), 1-7. doi:10.1080/10941660008722053
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2009). *Crisis económica: Panorama general*. Recuperado el 30 de mayo de 2010, de http://www.undp.org/spanish/economic_crisis/overview.shtml
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). (2008). *Global Green New Deal: Environmentally-focused investment historic opportunity for 21st century prosperity and job generation*. Recuperado el 30 de mayo de 2010, de

<http://www.unep.org/Documents.Multilingual/Default.asp?DocumentID=548&ArticleID=5957&l=en>

- Rabahy, W. A. (2003). *Turismo e desenvolvimento: Estudos econômicos e estatísticos no planejamento* (1 ed.). Barueri, Brasil: Manole.
- Ritchie, B. W. (2004). Chaos, crises and disasters: A strategic approach to crisis management in the tourism industry. *Tourism Management*, 25(6), 669–683. doi:10.1016/j.tourman.2003.09.004
- Ritchie, J. R. B., Amaya, C. M. M., & Frechtling, D. C. (2010). Impacts of the world recession and economic crisis on tourism: North America. *Journal of Travel Research*, 49(1), 5-15. doi:10.1177/0047287509353193
- Rivera, A. (2010, 23 de Noviembre). Las emisiones de CO2 apuntan a niveles récord a pesar de la crisis. *El País*. Recuperado de http://www.elpais.com/articulo/sociedad/emisiones/CO2/apuntan/niveles/record/pesar/crisis/elpepiscoc/20101123elpepiscoc_4/Tes
- Rodríguez, C., & Bustillo, R. (2010). Modelling foreign real estate investment: The Spanish case. *The Journal of Real Estate Finance and Economics*, 41(3), 354-367. doi:10.1007/s11146-008-9164-9
- Sadi, M. A. (1999). Responding to the Asian financial crisis: Malaysian capital controls and their implications for tourism. *Journal of Hospitality Financial Management*, 7(1), 87-98.
- Salama, P. (2009). Argentina, Brasil e México diante da crise internacional. *Estudos Avançados*, 23(65), 27-48. doi:10.1590/S0103-40142009000100003
- Sandes, G. (2010, 13 de Junio). Após a bolha, o turismo se reinventa. *Jornal do Commercio*. Recuperado de http://jc3.uol.com.br/jornal/2010/06/13/not_380870.php
- Santana, G. (2004). Crisis management and tourism: Beyond the rhetoric. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(4), 299-321. doi:10.1300/J073v15n04_05
- Scott, N., & Laws, E. (2006). Tourism crises and disasters: Enhancing understanding of system effects. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2), 149-158. doi:10.1300/J073v19n02_12
- Scott, N., Laws, E., & Prideaux, B. (2008). Tourism crises and marketing recovery strategies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2), 1-13. doi:10.1300/J073v23n02_01
- Secretaria Estadual de Turismo do Rio Grande do Norte (SETUR). (2008a). *Capacidade de hospedagem: Natal e RN*. Recuperado el 6 de agosto de 2010, de http://brasil-natal.com.br/resource/default/pdf/04_setur_estatisticas_capacidadehospedagem.pdf
- Secretaria Estadual de Turismo do Rio Grande do Norte (SETUR). (2008b). *Fluxo de turistas: Natal e RN*. Recuperado el 6 de agosto de 2010, de http://brasil-natal.com.br/resource/default/pdf/01_setur_estatisticas_totalturistas.pdf
- Secretaria Estadual de Turismo do Rio Grande do Norte (SETUR). (2008c). *Indicadores de desempenho na hotelaria*. Recuperado el 6 de agosto de 2010, de http://brasil-natal.com.br/resource/default/pdf/05_setur_estatisticas_desempenhohotelaria.pdf

- Sheldon, P., & Dwyer, L. (2010). The global financial crisis and tourism: Perspectives of the Academy. *Journal of Travel Research*, 49(1), 3-4. doi:10.1177/0047287509353191
- Shiqiu, Z. (2009). *The environmental impact of the financial crisis: Challenges and opportunities*. Recuperado el 28 de mayo de 2010, de <http://www.carnegieendowment.org/events/?fa=eventDetail&id=1328>
- Silber, S. D. (2010). A economia mundial após a crise financeira de 2007 e 2008. *Revista USP*, 85, 83-93.
- Silva, A. F. C., & Ferreira, A. L. d. A. (2007). Dinâmica imobiliária e turismo: Novas relações, novos riscos. *Cadernos Metrópole*, 18, 109-133.
- Silva, K. M., & Fonseca, M. A. P. (2008). O papel do residente na produção do espaço turístico em Natal. *Anais do V Seminário da Associação de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*. Recuperado de <http://anptur.org.br/anais/seminario2008/data/247t.pdf>
- Silva, K. O., & Fonseca, M. A. P. (2010). A produção de residência secundária no litoral oriental Potiguar: Turismo e capital imobiliário. *Caderno Virtual de Turismo*, 10(1), 50-63.
- Smeral, E. (2009). The impact of the financial and economic crisis on European tourism. *Journal of Travel Research*, 48(1), 3-13. doi:10.1177/0047287509336332
- Smeral, E. (2010). Impacts of the world recession and economic crisis on tourism: Forecasts and potential risks. *Journal of Travel Research*, 49(1), 31-38. doi:10.1177/0047287509353192
- Soares, P. (2010, Mayo). Brasil vai sofrer impactos da crise europeia, diz BNDES. *Folha*. Recuperado de <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/742160-brasil-vai-sofrer-impactos-da-crise-europeia-diz-bndes.shtml>
- Song, H., & Li, G. (2008). Tourism demand modelling and forecasting: A review of recent research. *Tourism Management*, 29(2), 203-220. doi:10.1016/j.tourman.2007.07.016
- Song, H., & Lin, S. (2010). Impacts of the financial and economic crisis on tourism in Asia. *Journal of Travel Research*, 49(1), 16-30. doi:10.1177/0047287509353190
- Song, H., Lin, S., Zhang, X., & Gao, Z. (2010). Global financial/economic crisis and tourist arrival forecasts for Hong Kong. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(2), 223-242. doi:10.1080/10941661003687431
- Sönmez, S. F., Apostolopoulos, Y., & Tarlow, P. (1999). Tourism in crisis: Managing the effects of terrorism. *Journal of Travel Research*, 38(1), 13-18. doi:10.1177/004728759903800104
- Stiglitz, J. (2010). *Freelfall: Free markets and the sinking of the global economy* (1 ed.). Londres, Reino Unido: Penguin.
- Stiglitz, J. (2010, 5 de Marzo). *The dangers of deficit reduction*. Recuperado de <http://www.project-syndicate.org/commentary/stiglitz123/English>

- Taveira, M. d. S., & Fonseca, M. A. P. (2009). O modelo turístico potiguar e seus efeitos socioespaciais nas comunidades litorâneas. *Observatório de Inovação do Turismo*, IV(4), 1-13.
- te Velde, D. W., Ahmed, M. M., Alemu, G., Bategeka, L., Calí, M., Castel-Branco, C., et al. (2010). The global financial crisis and developing countries. *Working Papers*, 316. Recuperado de <http://www.odi.org.uk/resources/details.asp?id=4784&title=global-financial-crisis-synthesis>
- Torres, J. (2009). *La crisis financiera: Guía para entenderla y explicarla*. (1 ed.). Valencia, España: ATTAC España. Recuperado de http://hl33.dinserver.com/hosting/juantorreslopez.com/jtl/images/stories/libro_attac.pdf
- Turismo movimentada quase R\$ 1 bi. (2008, 15 de Marzo). *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/turismo-movimentada-quase-r-1-bi/70176>
- Turismo potiguar resiste à crise. (2007, 12 de Agosto). *Tribuna do Norte*. Recuperado de <http://tribunadonorte.com.br/noticia/turismo-potiguar-resiste-a-crise/49677>
- Wang, Y.-S. (2009). The impact of crisis events and macroeconomic activity on Taiwan's international inbound tourism demand. *Tourism Management*, 30(1), 75-82. doi:10.1016/j.tourman.2008.04.010
- Wong, K. K. F. (1997). The relevance of business cycles in forecasting international tourist arrivals. *Tourism Management*, 18(8), 581-586. doi:10.1016/S0261-5177(97)00073-3
- World Travel and Tourism Council [WTTC]. (2010). Economic data search tool. Recuperado el 2 de junio de 2010, de Autor http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Data_Search_Tool/
- World Wide Fund For Nature (WWF). (2008). *Financial crisis must not overshadow climate crisis*. Recuperado el 28 de mayo de 2010, de http://wwf.panda.org/what_we_do/how_we_work/businesses/climate/climate_savers/climate_savers_news_publications/?147921/Financial-crisis-must-not-overshadow-climate-crisis
- Yin, R. K. (2005). *Estudo de caso: Planejamento e métodos* (3 ed.). Porto Alegre, Brasil: Bookman.
- Zarnowitz, V. (1991). What is a business cycle? *NBER Working Paper*. Recuperado de <http://www.nber.org/papers/w3863.pdf>
- Zarnowitz, V. (1992). *Business cycles: Theory, history, indicators, and forecasting*. Recuperado de <http://www.nber.org/books/zarn92-1>

ANEXOS

I. Cuestionario en castellano

ENCUESTA

EFFECTOS DE LA CRISIS ECONÓMICA INTERNACIONAL EN EL TURISMO DE RIO GRANDE DO NORTE

Estimado(a) Señor(a):

Esta investigación tiene como objetivo conocer sus impresiones acerca de los efectos de la crisis económica internacional de 2008 en el turismo de Rio Grande do Norte, además de las medidas de respuesta adoptadas por el gobierno estatal.

En su mayor parte, el cuestionario consta de afirmaciones sobre las cuales usted debe indicar su nivel de acuerdo. Le pido que lea atentamente las instrucciones para cada pregunta.

No será divulgada cualquier información individual que permita su identificación.

En caso de duda, póngase en contacto conmigo por el correo electrónico tonmonti@hotmail.com o por el teléfono (11) 8102-2236.

Su contribución es fundamental para el éxito de esta investigación. Gracias.

Nombre del entrevistado: _____

Nombre de la entidad: _____

BLOQUE A: LA CRISIS ECONÓMICA INTERNACIONAL

1. ¿Cuál es su opinión sobre los siguientes aspectos relacionados con la crisis económica internacional?

Indique con una "X" la opción correspondiente a su nivel de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorando entre 1 (total desacuerdo), 2 (desacuerdo parcial), 3 (neutral), 4 (parcialmente de acuerdo) y 5 (totalmente de acuerdo).

	Total desacuerdo	Desacuerdo parcial	Neutral	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
La crisis sólo ha afectado las economías de los países desarrollados.					
La economía brasileña ha sido muy afectada por la crisis.					
La economía de Rio Grande do Norte ha sido muy afectada por la crisis.					
El turismo brasileño ha sido muy afectado por la crisis.					
El turismo de Rio Grande do Norte ha sido muy afectado por la crisis.					

BLOQUE B: EFECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DE LA CRISIS EN EL TURISMO DE RIO GRANDE DO NORTE

2. El listado abajo contiene algunos aspectos del turismo en Rio Grande do Norte que pueden haber sido afectados (positiva o negativamente) por la crisis económica internacional.

Indique si hubo reducciones en estos aspectos (opciones -2: disminución grande, o -1: disminución pequeña), si hubo aumento (1: aumento pequeño, o 2: aumento grande) o si no hubo cambios con relación a la situación antes de la crisis (0: permaneció igual), de acuerdo a su conocimiento y opinión.

Disminución grande	Disminución pequeña	Permaneció igual	Aumento pequeño	Aumento grande
-2	-1	0	1	2

Turistas					
Cantidad de turistas brasileños procedentes del Nordeste de Brasil					
Cantidad de turistas brasileños procedentes de otras regiones de Brasil					
Cantidad de turistas extranjeros procedentes de América del Sur					
Cantidad de turistas extranjeros procedentes de Europa					
Cantidad de turistas extranjeros procedentes de Estados Unidos y Canadá					
Cantidad de turistas extranjeros procedentes de otros mercados					
Gasto de los turistas					
Duración de la estancia de los turistas					
Prestadores de servicios turísticos empresas (hoteles, restaurantes, etc) o autónomos (guías, conductores de buggy, etc.)					
Precios de los servicios turísticos					
Costos pagados por los prestadores para ofrecer los servicios turísticos					
Ingresos de los prestadores de servicios turísticos					
Deudas de los prestadores de servicios turísticos					
Préstamos y financiación para los prestadores de servicios turísticos					
Calidad de los servicios turísticos					
Mejoras en la gestión de las empresas que prestan servicios turísticos					
Ampliaciones y renovaciones en las instalaciones de las empresas turísticas					
Salida del mercado de prestadores de servicios turísticos debido a resultados negativos					
Llegada de nuevos inversores privados extranjeros					
Llegada de nuevos inversores privados brasileños					
Empleos					
Contrataciones de empleados en el turismo					
Búsqueda de empleo en el turismo					
Despidos de empleados en el turismo					
Rotación de personal en empresas prestadoras de servicios turísticos					
Formación de personal promovida por las empresas turísticas					
Sector turístico-inmobiliario					
Construcción de residencias secundarias, complejos turísticos, resorts y hoteles					
Ventas de casas o apartamentos para turistas extranjeros					
Precios de casas o apartamentos					
Especulación inmobiliaria relacionada con el turismo y residencias secundarias					
Gobierno					
Recaudación de impuestos por el gobierno estatal a través del turismo					
Gastos del gobierno estatal con turismo					
Ritmo de ejecución de las acciones y proyectos de la SETUR que ya estaban en marcha					

Medio Ambiente y Sociedad					
Atención de los turistas a cuestiones sociales y ambientales relacionados con el turismo					
Atención de los prestadores de servicios turísticos a cuestiones sociales y ambientales relacionados con el turismo					
Atención de los gobiernos a cuestiones sociales y ambientales relacionados con el turismo					
Pobreza y desigualdad social (causada, por ejemplo, por el eventual descenso del empleo turístico)					
Presión humana sobre los recursos naturales (espacios protegidos, playas, dunas, lagunas, manglares, acantilados, etc.)					
Importancia que la sociedad le da al turismo					
Indique en las líneas abajo otros factores afectados por la crisis, si lo desea.					

3. ¿Cuáles fueron los cinco sectores del turismo de Rio Grande do Norte más perjudicados por la crisis? Señale hasta cinco opciones.

- | | |
|--|--|
| a. Aerolíneas | m. Espacios para eventos |
| b. Transporte de turistas en autobuses y similares | n. Organizadores de eventos |
| c. Taxis | o. Organismos públicos municipales de turismo |
| d. Alquiler de coches | p. Secretaria Estatal de Turismo de Rio Grande do Norte (SETUR/RN) |
| e. Alojamiento (hoteles, posadas, etc.) | q. Venta o alquiler de casas o apartamentos para turistas |
| f. Restaurantes y bares | r. ONGs y movimientos sociales y ambientales relacionados con el turismo |
| g. Ocio nocturno (discotecas, salas de conciertos, etc.) | s. Universidades, facultades y cursos de formación relacionados con el turismo |
| h. Agencias de turismo receptivo | t. Otro (s). Especificar: _____ |
| i. Agencias de viajes y turoperadores (turismo emisor) | u. Ningún sector ha sido perjudicado |
| j. Guías turísticos | |
| k. Conductores de buggys | |
| l. Atracciones turísticas | |

4. Los principales efectos de la crisis económica internacional en el turismo de Rio Grande do Norte se produjeron entre los meses de ____/20____ y ____/20____. (Indique los meses y años en los espacios en blanco)

5. Aún sobre los efectos de la crisis económica internacional, Indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones, valorando del 1 (total desacuerdo) al 5 (totalmente de acuerdo).

	Total desacuerdo	Desacuerdo parcial	Neutral	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
La crisis ha generado diversos efectos positivos en el turismo de Rio Grande do Norte.					
La crisis ha generado diversos efectos negativos en el turismo de Rio Grande do Norte.					
Los efectos positivos generados por la crisis en el turismo de Rio Grande do Norte interfirieron más sobre la actividad turística que los efectos negativos.					
El impacto negativo de las crisis en el turismo de Rio Grande do Norte fue superior al de los Estados brasileños competidores.					
El brote de la gripe A (H1N1) en 2009 ha generado efectos negativos más importantes que la crisis económica internacional en Rio Grande do Norte.					
Esta crisis ha generado peores efectos negativos en el turismo de Rio Grande do Norte que crisis anteriores (crisis no solamente económicas).					
Cuando esta crisis económica surgió, no me esperaba que pudiera afectar el turismo de Rio Grande do Norte (independientemente de haberlo afectado o no).					

BLOQUE C: MEDIDAS DEL GOBIERNO ESTATAL EN RESPUESTA A LA CRISIS

6. Indique las medidas que han sido aplicadas o anunciadas por el gobierno estatal de Rio Grande do Norte en respuesta a los posibles efectos de la crisis económica sobre el turismo, según su conocimiento.

¡Atención! Señale únicamente las alternativas que se han creado o ampliado en función de la crisis económica internacional. No señale las medidas que ya estaban funcionando y que no pasaron por ningún cambio debido a la crisis.

Marketing

- a. Acciones promocionales en Europa, Estados Unidos, Canadá y Asia
- b. Acciones promocionales en América del Sur
- c. Acciones promocionales en el Nordeste de Brasil
- d. Acciones promocionales en Brasil (además del Nordeste)
- e. Acciones promocionales en otros países. ¿Cuáles países? _____
- f. Acciones promocionales en Internet
- g. Acciones promocionales dirigidas a públicos específicos como jóvenes, ancianos, parejas, propietarios de residencias secundarias, etc.
- h. Acciones promocionales con agentes de viajes, turoperadores o periodistas (ex.: *fam tours* y *press trips*)
- i. Participación del gobierno en ferias de turismo y eventos de promoción turística
- j. Apoyo o promoción a segmentos turísticos menos tradicionales en Rio Grande do Norte (ex.: ecoturismo, aventura, cultural, negocios y eventos, etc.)
- k. Mejoras en las informaciones prestadas a los turistas
- l. Desarrollo de un plan de marketing
- m. Reformulación de la marca y de otros elementos visuales de la promoción turística
- n. Realización de estudios de mercado y análisis de los turistas y sus características
- o. Cancelación de acciones que se estaba desarrollando por no ser prioritarias o presentar resultados por debajo de las expectativas

Inversiones y oferta turística

- p. Construcción o renovación de infraestructuras públicas utilizadas por el turismo
- q. Incentivos a inversiones privadas en la oferta turística
- r. Lanzamiento o renovación de atractivos turísticos o realización de nuevos eventos y fiestas
- s. Acciones para mejorar la calidad de los servicios turísticos

Medidas económicas

- t. Reducción, exención u otras facilidades para el pago de impuestos, tasas y tarifas de servicios públicos para prestadores de servicios turísticos
- u. Expansión del crédito y de la financiación a los prestadores de servicios turísticos

Empleo

- v. Incentivos para evitar despidos o estimular contrataciones en el turismo
- w. Cursos de formación profesional para el turismo

Colaboración

- x. Asociación entre el gobierno y los prestadores de servicios turísticos en acciones promocionales, participación en ferias y eventos de turismo, captación de vuelos y captación de eventos
- y. Ofertas y descuentos en precios de atractivos y servicios turísticos, implantados por el propio gobierno o en asociación con la iniciativa privada
- z. Creación de un grupo de seguimiento de la crisis con la participación del gobierno y de otros actores del turismo del Estado
- aa. Asociación con otros Estados brasileños en acciones en turísticas (ex.: marketing, rutas integradas, etc.)

Medio ambiente

- bb. Facilitar la expedición de permisos ambientales para proyectos relacionados con el turismo
- cc. Apoyo a los prestadores de servicios turísticos en mejoras de aspectos medioambientales (consumo de agua y energía, generación de residuos, reciclaje, etc.)
- dd. Concienciación ambiental de turistas y profesionales del sector turístico

7. Además de estas mencionadas, ¿conoce usted otras medidas que se llevaron a cabo por el gobierno estatal en respuesta a los posibles efectos de la crisis en el turismo de Rio Grande do Norte? Si es así, infórmelas a continuación.

8. En su opinión, ¿las medidas aplicadas en respuesta a los posibles efectos de la crisis en el turismo de Rio Grande do Norte fueron suficientes? Si no es así, ¿qué medidas cree que debería haberse aplicado? No dude en citar medidas que no hayan sido seleccionadas en la pregunta 6, o bien añadir otras.

9. Aún sobre las acciones relacionadas con la crisis, ¿cuál es su opinión sobre las afirmaciones abajo?

Indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones, valorando del 1 (total desacuerdo) al 5 (totalmente de acuerdo).

	Total desacuerdo	Desacuerdo parcial	Neutral	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
Las medidas adoptadas cumplieron plenamente los objetivos propuestos.					
Las medidas aplicadas pueden generar efectos negativos a largo plazo para el turismo de Rio Grande do Norte.					
La actuación del <u>gobierno estatal</u> en el turismo durante la crisis fue muy apropiada.					
La actuación del <u>gobierno federal</u> en el turismo durante la crisis fue muy apropiada.					
La actuación de los <u>gobiernos municipales</u> de Rio Grande do Norte en el turismo durante la crisis fue muy apropiada.					
Las medidas económicas del gobierno federal brasileño contra la crisis no hicieron diferencia alguna para el turismo de Rio Grande do Norte.					
Las medidas económicas de otros países contra la crisis no hicieron diferencia ninguna para el turismo de Rio Grande do Norte.					
La devaluación del real que se produjo al comienzo de la crisis fue muy positiva para el turismo de Rio Grande do Norte.					
La eventual reducción del ritmo de crecimiento de las inversiones en proyectos turístico-inmobiliarios es muy mala para el turismo de Rio Grande do Norte.					
El turismo de Rio Grande do Norte estaba muy bien preparado para afrontar la crisis.					
El turismo de Rio Grande do Norte está muy bien preparado para futuras crisis.					

BLOQUE D: RUMBOS DEL TURISMO EN RIO GRANDE DO NORTE

10. Indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones, valorando del 1 (total desacuerdo) al 5 (totalmente de acuerdo).

	Total desacuerdo	Desacuerdo parcial	Neutral	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
El turismo en Rio Grande do Norte se estaba desarrollando de forma muy apropiada antes de la crisis.					
Las perspectivas del turismo en Rio Grande do Norte son peores después de la crisis que antes de ella.					
El turismo de Rio Grande do Norte ha sido gravemente afectado por la crisis y no ha logrado reaccionar de forma adecuada.					

BLOQUE E: OTRAS OBSERVACIONES

Utilice este espacio para hacer cualquier comentario que considere necesario.

II. Cuestionario en portugués

PESQUISA DE MESTRADO

EFEITOS DA CRISE ECONÔMICA INTERNACIONAL NO TURISMO DO RIO GRANDE DO NORTE

Prezado(a) Senhor(a),

Esta pesquisa tem como objetivo conhecer suas impressões sobre os efeitos da crise econômica internacional iniciada em 2008 no turismo do Rio Grande do Norte, e eventuais medidas de resposta adotadas pelo governo estadual.

Em sua maior parte, o questionário é composto por afirmações sobre as quais você deverá indicar seu nível de acordo. Peço que leia as instruções de cada pergunta com atenção.

Não será divulgada nenhuma informação individual que permita sua identificação.

Em caso de dúvida, não hesite em contatar-me pelo e-mail tonmonti@hotmail.com ou pelo telefone (11) 8102-2236.

Sua contribuição é fundamental para o sucesso desta pesquisa. Muito obrigado.

Nome do entrevistado: _____

Nome da entidade: _____

BLOCO A: A CRISE ECONÔMICA INTERNACIONAL

1. Qual sua opinião sobre os seguintes aspectos em relação à crise econômica internacional?

Assinale com um X a opção correspondente a seu nível de acordo com cada uma das afirmações a seguir, avaliando entre 1 (discordo totalmente), 2 (discordo parcialmente), 3 (não concordo nem discordo), 4 (concordo parcialmente) e 5 (concordo totalmente).

	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
	1	2	3	4	5
A crise afetou somente as economias de países desenvolvidos.	1	2	3	4	5
A economia brasileira foi muito afetada pela crise.	1	2	3	4	5
A economia do Rio Grande do Norte foi muito afetada pela crise.	1	2	3	4	5
O turismo brasileiro foi muito afetado pela crise.	1	2	3	4	5
O turismo do Rio Grande do Norte foi muito afetado pela crise.	1	2	3	4	5

BLOCO B: EFEITOS POSITIVOS E NEGATIVOS DA CRISE NO TURISMO DO RIO GRANDE DO NORTE

2. A lista abaixo contém alguns aspectos do turismo do Rio Grande do Norte que podem ter sido afetados (negativa ou positivamente) pela crise econômica internacional.

Indique se houve diminuição nestes aspectos (opções -2: diminuição grande, ou -1: diminuição pequena), se houve aumento (1: aumento pequeno, ou 2: aumento grande) ou se não houve variação em relação a situação antes da crise (0: permaneceu igual), de acordo com seu conhecimento ou opinião.

Diminuição grande	Diminuição pequena	Permaneceu igual	Aumento pequeno	Aumento grande
-2	-1	0	1	2

Turistas					
Quantidade de turistas brasileiros vindos do Nordeste	-2	-1	0	1	2
Quantidade de turistas brasileiros vindos de fora do Nordeste	-2	-1	0	1	2
Quantidade de turistas estrangeiros vindos da América do Sul	-2	-1	0	1	2
Quantidade de turistas estrangeiros vindos da Europa	-2	-1	0	1	2
Quantidade de turistas estrangeiros vindos de Estados Unidos e Canadá	-2	-1	0	1	2
Quantidade de turistas estrangeiros vindos de outros países	-2	-1	0	1	2
Gasto dos turistas	-2	-1	0	1	2
Tempo de permanência dos turistas	-2	-1	0	1	2
Prestadores de Serviços Turísticos empresas (hotéis, restaurantes, etc) ou profissionais autônomos (guias, bugueiros, etc.)					
Preços dos serviços turísticos	-2	-1	0	1	2
Custos pagos pelos prestadores para oferecer os serviços turísticos	-2	-1	0	1	2
Faturamento dos prestadores de serviços turísticos	-2	-1	0	1	2
Dívidas dos prestadores de serviços turísticos	-2	-1	0	1	2
Concessão de empréstimos e financiamentos para prestadores de serviços turísticos	-2	-1	0	1	2
Qualidade dos serviços turísticos	-2	-1	0	1	2
Introdução de melhorias na gestão de empresas turísticas	-2	-1	0	1	2
Ampliações e reformas em instalações de empresas turísticas	-2	-1	0	1	2
Saída do mercado de prestadores de serviços turísticos devido a resultados negativos	-2	-1	0	1	2
Chegada de novos investidores estrangeiros	-2	-1	0	1	2
Chegada de novos investidores brasileiros	-2	-1	0	1	2
Empregos					
Contratações de funcionários no turismo	-2	-1	0	1	2
Procura por trabalho no turismo	-2	-1	0	1	2
Demissões de funcionários no turismo	-2	-1	0	1	2
Rotatividade de funcionários no turismo	-2	-1	0	1	2
Qualificação de pessoal promovida pelos próprios prestadores de serviços turísticos	-2	-1	0	1	2
Setor turístico-imobiliário					
Construção de segundas residências, complexos turísticos, resorts e hotéis	-2	-1	0	1	2
Vendas de casas ou apartamentos para turistas estrangeiros	-2	-1	0	1	2
Preços de casas ou apartamentos em geral	-2	-1	0	1	2
Especulação imobiliária relacionada ao turismo e às casas ou apartamentos para turistas	-2	-1	0	1	2
Governo					
Arrecadação de impostos pelo governo estadual através do turismo	-2	-1	0	1	2
Despesas do governo estadual com turismo	-2	-1	0	1	2
Ritmo de execução de ações e projetos da SETUR/RN que já estavam em andamento	-2	-1	0	1	2

Meio ambiente e sociedade					
Atenção dos turistas a questões sociais e ambientais relacionadas com o turismo	-2	-1	0	1	2
Atenção dos prestadores de serviços turísticos a questões sociais e ambientais relacionadas com o turismo	-2	-1	0	1	2
Atenção dos governos a questões sociais e ambientais relacionadas com o turismo	-2	-1	0	1	2
Pressão humana sobre os recursos naturais (áreas protegidas, praias, dunas, lagoas, mangues, falésias, etc)	-2	-1	0	1	2
Pobreza e desigualdade social (causada, por exemplo, pela eventual diminuição do emprego no turismo)	-2	-1	0	1	2
Importância que a sociedade dá ao turismo	-2	-1	0	1	2
Indique nas linhas abaixo outros fatores afetados pela crise, caso queira.					
	-2	-1	0	1	2
	-2	-1	0	1	2
	-2	-1	0	1	2

3. Quais foram os cinco setores do turismo do Rio Grande do Norte mais prejudicados pela crise?

Assinale no máximo cinco opções.

- | | |
|--|--|
| a. Companhias aéreas | k. Bogueiros |
| b. Transporte de turistas em ônibus e similares | l. Atrativos turísticos |
| c. Táxis | m. Espaços para eventos |
| d. Locadoras de automóveis | n. Organizadores de eventos |
| e. Meios de hospedagem (hotéis, pousadas, etc.) | o. Órgãos públicos municipais de turismo |
| f. Restaurantes e bares | p. Secretaria Estadual de Turismo (SETUR/RN) |
| g. Entretenimento noturno (discotecas, casas de espetáculos, etc.) | q. Venda ou aluguel de casas ou apartamentos para turistas |
| h. Agências de turismo receptivo | r. ONGs e movimentos sociais e ambientais relacionados com o turismo |
| i. Agências e operadores de viagens (emissoras) | s. Universidades, faculdades e cursos de formação relacionados com o turismo |
| j. Guias turísticos | t. Outro(s). Especifique: _____ |
| | u. Nenhum setor foi prejudicado |

4. Os principais efeitos da crise no turismo do Rio Grande do Norte aconteceram entre os meses de _____/20_____ e _____/20_____. (preencha os meses e anos nos espaços em branco)

5. Ainda sobre os efeitos da crise econômica internacional, indique seu nível de acordo com as afirmações a seguir, avaliando entre 1 (discordo totalmente) e 5 (concordo totalmente).

	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
	1	2	3	4	5
A crise gerou diversos efeitos positivos no turismo do Rio Grande do Norte.	1	2	3	4	5
A crise gerou diversos efeitos negativos no turismo do Rio Grande do Norte.	1	2	3	4	5
Os efeitos positivos gerados pela crise no turismo do Rio Grande do Norte interferiram mais na atividade turística do que os efeitos negativos.	1	2	3	4	5
O impacto negativo da crise no turismo do Rio Grande do Norte foi maior do que nos Estados brasileiros concorrentes.	1	2	3	4	5
O surto de gripe A (H1N1) em 2009 gerou mais efeitos negativos no turismo do Rio Grande do Norte do que a crise econômica internacional.	1	2	3	4	5
Esta crise gerou piores efeitos negativos no turismo do Rio Grande do Norte do que crises anteriores (não somente econômicas).	1	2	3	4	5
Quando esta crise econômica surgiu, não esperava que ela pudesse afetar o turismo do Rio Grande do Norte (independentemente dela ter afetado ou não).	1	2	3	4	5

BLOCO C: MEDIDAS DO GOVERNO ESTADUAL EM RESPOSTA À CRISE

6. Assinale as medidas que foram aplicadas ou anunciadas pelo governo estadual do Rio Grande do Norte em resposta aos possíveis efeitos da crise econômica no turismo, segundo seu conhecimento. Atenção! Assinale apenas alternativas que foram criadas ou ampliadas por causa da crise econômica internacional. Não assinale medidas que já estavam em execução e que não tiveram nenhuma modificação em virtude de crise.

Marketing

- Ações promocionais na Europa, Estados Unidos, Canadá e Ásia
- Ações promocionais na América do Sul
- Ações promocionais no Nordeste brasileiro
- Ações promocionais no Brasil (além do Nordeste)
- Ações promocionais em outros países. Quais países?
- Ações promocionais pela internet
- Ações promocionais destinadas a públicos específicos como jovens, idosos, casais, proprietários de casas ou apartamentos, etc.
- Ações promocionais com agentes de viagens, operadores ou jornalistas (ex.: *fam tours* e *press trips*)
- Participação do governo em feiras de turismo e eventos de divulgação turística
- Apoio ou promoção a segmentos turísticos menos tradicionais no Rio Grande do Norte (ex.: ecoturismo, aventura, cultural, negócios e eventos, etc.)
- Melhorias nas informações prestadas aos turistas
- Elaboração de plano de marketing
- Reformulação da marca e outros elementos visuais da promoção turística
- Realização de estudos de mercado e análises sobre os turistas e suas características
- Cancelamento de ações que estavam em execução por não serem prioritárias ou apresentarem resultados abaixo das expectativas

Investimentos e oferta turística

- p. Construção ou reforma de infraestruturas públicas utilizadas pelo turismo
- q. Incentivos a investimentos privados na oferta turística
- r. Lançamento ou reforma de atrativos turísticos ou realização de novos eventos e festas
- s. Ações para melhorar a qualidade dos serviços turísticos

Medidas econômicas

- t. Redução, isenção ou outras facilidades em impostos, taxas e tarifas de serviços públicos para prestadores de serviços turísticos
- u. Aumento do crédito e financiamento para prestadores de serviços turísticos

Emprego

- v. Incentivos para evitar demissões ou estimular contratações no turismo
- w. Ações de qualificação profissional para o turismo

Parcerias

- x. Parcerias entre governo e prestadores de serviços turísticos em ações promocionais, participação em feiras ou eventos, captação de voos ou captação de eventos
- y. Ofertas e descontos em preços de atrativos e serviços turísticos, implantados pelo próprio governo ou em parceria com a iniciativa privada
- z. Criação de um grupo para acompanhar a crise formado por governo e outros atores do turismo estadual
- aa. Parcerias com outros Estados brasileiros em ações no turismo (ex.: marketing, roteiros integrados, etc.)

Meio ambiente

- bb. Facilitação da emissão de licenças ambientais para projetos relacionados com o turismo
- cc. Apoio aos prestadores de serviços turísticos em melhorias de aspectos ambientais (ex.: consumo de água e energia, geração de resíduos, reciclagem, etc.)
- dd. Conscientização ambiental de turistas ou profissionais do setor turístico

7. Além destas medidas mencionadas acima, conhece outras medidas que foram aplicadas pelo governo estadual em resposta aos possíveis efeitos da crise no turismo do Rio Grande do Norte? Em caso positivo, indique-as abaixo.

8. Em sua opinião, as medidas aplicadas em resposta a possíveis efeitos da crise no turismo do Rio grande do Norte foram suficientes? Em caso negativo, que medidas considera que deveriam ter sido aplicadas? Sinta-se a vontade para citar as medidas não assinaladas na questão 6 ou acrescentar outras.

9. Ainda sobre as medidas de resposta à crise, indique seu nível de acordo com as afirmações a seguir, avaliando entre 1 (discordo totalmente) e 5 (concordo totalmente).

	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
	1	2	3	4	5
As medidas aplicadas cumpriram plenamente os objetivos propostos.	1	2	3	4	5
As medidas aplicadas podem gerar efeitos negativos a longo prazo para o turismo do Rio Grande do Norte.	1	2	3	4	5
A atuação do <u>governo estadual</u> no turismo durante a crise foi muito adequada.	1	2	3	4	5
A atuação do <u>governo federal</u> no turismo durante a crise foi muito adequada.	1	2	3	4	5
A atuação dos <u>governos municipais</u> do Rio Grande do Norte no turismo durante a crise foi muito adequada.	1	2	3	4	5
As medidas econômicas do governo federal brasileiro contra a crise não fizeram nenhuma diferença para o turismo do Rio Grande do Norte.	1	2	3	4	5
As medidas econômicas de outros países contra a crise não fizeram nenhuma diferença para o turismo do Rio Grande do Norte.	1	2	3	4	5
A desvalorização do Real ocorrida no início da crise foi muito positiva para o turismo do Rio Grande do Norte.	1	2	3	4	5
A eventual diminuição do ritmo de crescimento dos investimentos em projetos turístico-imobiliários é muito ruim para o turismo do Rio Grande do Norte.	1	2	3	4	5
O turismo do Rio Grande do Norte estava muito bem preparado para lidar com a crise.	1	2	3	4	5
O turismo do Rio Grande do Norte está muito bem preparado para futuras crises.	1	2	3	4	5

BLOCO D: RUMOS DO TURISMO NO RIO GRANDE DO NORTE

10. Indique seu nível de acordo com as afirmações a seguir, avaliando entre 1 (discordo totalmente) e 5 (concordo totalmente).

	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
	1	2	3	4	5
O turismo no Rio Grande do Norte se desenvolvia de forma muito adequada antes da crise.	1	2	3	4	5
As perspectivas do turismo no Rio Grande do Norte são piores após a crise do que antes dela.	1	2	3	4	5
O turismo do Rio Grande do Norte foi seriamente afetado pela crise e não conseguiu reagir adequadamente a ela.	1	2	3	4	5

BLOCO E: OTRAS OBSERVAÇÕES

Utilize este espaço para fazer qualquer comentário que considere necessário.

III. Listado de nombres de entidades en castellano y portugués

Nombre en castellano	Nombre original
ABAV - Asociación Brasileña de Agencias de Viajes de RN	ABAV - Associação Brasileira das Agências de Viagem do RN
ABEOC - Asociación Brasileña de las Empresas de Eventos de RN	ABEOC - Associação Brasileira das Empresas de Eventos do RN
ABES - Asociación Brasileña de Ingeniería Sanitaria y Ambiental	ABES - Associação Brasileira de Engenharia Sanitária e Ambiental
ABIH - Asociación Brasileña de la Indústria Hotelera de RN	ABIH - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do RN
ABRAJET - Asociación Brasileña de Periodistas de Turismo de RN	ABRAJET - Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo do RN
ABRASEL - Asociación Brasileña de Bares y Restaurantes de RN	ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurante do RN
ALNORTE - Asociación de Empresarios de Turismo del Litoral Norte de RN	ALNORTE - Associação dos Empresários de Turismo do Litoral Norte do RN
ASHTEP - Asociación de Hoteles de Tibau do Sul y Pipa	ASHTEP - Associação dos Hoteleiros de Tibau do Sul e Pipa
Asociación del Polo Turístico de Vía Costera	Associação do Pólo Turístico da Via Costeira
Ayuntamiento de Baía Formosa	Prefeitura Municipal de Baía Formosa
Ayuntamiento de Ceará-Mirim	Prefeitura Municipal de Ceará-Mirim
Ayuntamiento de Extremoz	Prefeitura Municipal de Extremoz
Ayuntamiento de Natal	Prefeitura Municipal de Natal
Ayuntamiento de Nísia Floresta	Prefeitura Municipal de Nísia Floresta
Ayuntamiento de São Miguel do Gostoso	Prefeitura Municipal de São Miguel do Gostoso
Ayuntamiento de Tibau do Sul	Prefeitura Municipal de Tibau do Sul
Ayuntamiento de Touros	Prefeitura Municipal de Touros
Banco del Nordeste	Banco do Nordeste
Caja Económica Federal	Caixa Econômica Federal
Consultor Paulo Gaudenzi	Consultor Paulo Gaudenzi
COOHOTUR - Cooperativa de Desarrollo de la Actividad Hotelera y Turística	COOHOTUR - Cooperativa de Desenvolvimento da Atividade Hoteleira e Turística
COOPBUGGY - Cooperativa de Transportes y Servicios Relacionados de RN	COOPBUGGY - Cooperativa de Transportes Turísticos e Serviços Afins do RN
CRECI/RN - Consejo Regional de Agentes Inmobiliarios de la Región 17	CRECI/RN - Conselho Regional de Corretores de Imóveis da 17ª Região
EMPROTUR - Empresa Potiguar de Promoción Turística	EMPROTUR - Empresa Potiguar de Promoção Turística

Nombre en castellano	Nombre original
FCC - Facultad Cámara Cascudo	FCC - Faculdade Câmara Cascudo
FCDL - Federación de las Cámaras de Dirigentes del Comercio de RN	FCDL - Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas do RN
FECOMERCIO - Federación del Comercio de Bienes, Servicios y Turismo de RN	FECOMERCIO - Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do RN
FIERN - Federación de las Industrias del Estado de RN	FIERN - Federação das Indústrias do Estado do RN
FORNATUR - Foro Nacional de los Cursos Superiores de Turismo y Hotelería	FORNATUR - Fórum Nacional dos Cursos Superiores de Turismo e Hotelaria
GOL Líneas Aéreas	GOL Linhas Aéreas
IDEMA - Instituto de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente de RN	IDEMA - Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente do RN
IFRN - Instituto Federal de Educación, Ciencia y Tecnología de RN	IFRN - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do RN
Infraero	Infraero
Instituto de Innovación y Sostenibilidad	Instituto de Inovação e Sustentabilidade
Instituto FAL de Educación, Cultura, Medio Ambiente y Artes	Instituto FAL de Educação, Cultura, Meio Ambiente e Artes
Observatorio de la Metrópoli - Región Metropolitana de Natal	Observatório da Metrópole - Região Metropolitana de Natal
Oficina de Congresos de Natal	Natal Convention & Visitors Bureau
ONG Oceánica - Investigación, Educación y Conservación	ONG Oceânica - Pesquisa, Educação e Conservação
Prodetur/RN - Programa de Acción para el Desarrollo del Turismo de RN	Prodetur/RN - Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo do RN
Proyecto Otro Turismo Sucede - Asociación Zuzu Angel	Projeto Outro Turismo Acontece, Associação Zuzu Angel
Responsabilidad Social Puesta en Práctica - RESPUESTA	Responsabilidade Social Posta em Prática - RESPOSTA
SEBRAE - Servicio de Apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas de RN	SEBRAE - Serviço de Apoio às Pequenas e Médias Empresas do RN
SECOVI - Sindicato de Empresas de Locación y Administración de Inmuebles de RN	SECOVI - Sindicato de Empresas de Locação e Administração de Imóveis do RN
Secretaría de Estado de Turismo de RN	Secretaria Estadual de Turismo do RN
SENAC - Servicio Nacional de Aprendizaje Comercial de RN	SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial do RN
SHRBS - Sindicato de Hoteles, Restaurantes, Bares y Similares de RN	SHRBS - Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares do RN
SINBUGGY - Sindicato de Conductores Profesionales de Buggys de RN	SINBUGGY - Sindicato dos Bugueiros Profissionais do RN
SINDETUR - Sindicato de Empresas de Turismo en el Estado de RN	SINDETUR - Sindicato das Empresas de Turismo no Estado do RN
Sindicato de los Conductores Autónomos de Vehículos de Carretera y Taxis de RN	Sindicato dos Condutores Autônomos de Veículos Rodoviários e Táxis do RN
SINDLOC - Sindicato de Empresas de Alquiler de Coches de RN	SINDLOC - Sindicato das Locadoras do RN

Nombre en castellano	Nombre original
SINDUSCON - Sindicato de la Industria de la Construcción de RN	SINDUSCON - Sindicato da Indústria da Construção Civil do RN
SINGTUR - Sindicato de los Guías de Turismo de RN	SINGTUR - Sindicato dos Guias de Turismo do RN
Start Investigación y Consultoría Técnica	Start Pesquisa e Consultoria Técnica
TAM Líneas Aéreas	TAM Linhas Aéreas
TAP Portugal	TAP Portugal
UERN - Universidad del Estado de RN	UERN - Universidade do Estado do RN
UFRN - Universidad Federal de RN	UFRN - Universidade Federal do RN
UNP - Universidad Potiguar	UnP - Universidade Potiguar