

EL TURISMO HACIA UN NUEVO ESCENARIO

TOURISM TOWARDS A NEW SCENARIO³⁰

Gianna Scarpetta³¹, Gustavo Scarpetta³²

Resumen

El turismo mundial crecía año a año hasta la pandemia. Más de 1.200 millones de personas llegaron a cruzar fronteras anualmente para visitar y conocer otro país, y ese número aumentaba en 60 millones más cada año.

En 2019 el crecimiento del turismo con relación al 2018 fue de 4%. Pero llegó la pandemia que acosa al globo y los vuelos internacionales son solamente el 4% de lo que eran en el mismo período del año anterior, y la Asociación Internacional de Transporte Aéreo estima que recién para 2024 se volverá al ritmo anterior.

El Turismo representa el 7% de las exportaciones globales y es el servicio que más creció en los últimos 20 años.

La pandemia ha disminuido sensiblemente el volumen de turismo internacional y afectará la forma de hacer turismo en el futuro.

América latina y Argentina en particular, tiene un potencial importante en cuanto a recepción de turistas, aunque fue relativamente bajo en los tiempos anteriores a la pandemia, pudiendo crecer en cantidad y poder adquisitivo de turistas.

Se avistan dos escenarios futuros con vacuna o conviviendo con la pandemia y la región debe prepararse para ese momento, potenciando sus virtudes.

Palabras clave: Turismo, Servicios, Viajes Economía.

³⁰ Ponencia presentada en el marco de Forum of International Trade (FIT 21) organizado por la Universidad Siglo 21.

³¹ Técnica Superior en Hotelería del Instituto Mariano Moreno de Córdoba.

giannascarpetta@hotmail.com.ar

³² Contador Público de la Universidad Nacional de Córdoba, Magister Internacional en Administración Tributaria y Hacienda Pública Instituto de Estudios Fiscales, CIAT, Universidad Nacional de Educación a Distancia y Agencia Española de Administración Tributaria, Posgrado de Comercio Exterior y Marketing Internacional de la Universidad de Belgrano, Docente de la Universidad Siglo 21, Universidad Nacional de Córdoba, Universidad Católica de Córdoba, Universidad Nacional de Villa María. gustavoscarpetta@gmail.com

Abstract

World tourism grew year by year until the pandemic. More than 1.2 billion people came to cross borders annually to visit and get to know another country, and that number was increasing by 60 million more each year.

In 2019, the growth of tourism compared to 2018 was 4%. But the pandemic that plagues the globe has arrived and international flights are only 4% of what they were in the same period of the previous year, and the International Air Transport Association estimates that only by 2024 it will return to the previous rate.

Tourism represents 7% of global exports and is the service that has grown the most in the last 20 years.

The pandemic has significantly reduced the volume of international tourism and will affect the way of doing tourism in the future.

Latin America and Argentina in particular have significant potential in terms of tourist reception, although it was relatively low in the pre-pandemic times, and could grow in the number and purchasing power of tourists.

Two future scenarios are sighted with a vaccine or living with the pandemic and the region must prepare for that moment, enhancing its virtues.

Keys Words: Tourism, Services, Travel, Economy.

1. Introducción

El turismo mundial crecía año a año hasta la pandemia. Más de 1.200 millones de personas llegaron a cruzar fronteras anualmente para visitar y conocer otro país, y ese número aumentaba en 60 millones más cada año.

En 2019 el crecimiento del turismo con relación al 2018 fue de 4%³³, en donde Asia y principalmente China tiene mucho que ver por ser 125 millones de chinos saliendo de su país cada año para visitar diferentes países.

El turismo representa el 7% de las exportaciones mundiales según los datos de la Organización Mundial de Turismo (OMT) aunque crecen a un porcentaje mayor que las exportaciones de mercaderías por lo que esa participación fue aumentando año a año. El año 2019 representó el décimo año consecutivo de crecimiento para el turismo internacional

³³ WTO - Informe sobre Turismo Mundial (Organización Mundial de Turismo - 2020)

hasta el coronavirus. Actualmente solo se están realizando el 4% de los vuelos que se efectuaban antes de la pandemia.

2. Desarrollo

La importancia del turismo en la economía mundial

Hay países cuyos ingresos por turismo representan una gran fuente de ingresos, y en algunos países más pequeños son muy superiores a las exportaciones de mercaderías.

Entre los países con turismo más fuerte se debe aclarar que en algunos casos algunos son importantes por la cantidad de turistas que reciben y otros por el monto ingresado o gasto asociado a ese turismo.

Según la OMT, Francia es el país que más cantidad de turistas recibe en todo el mundo con casi 87 millones de viajeros internacionales por año. Al podio lo completan España con 81,8 millones y Estados Unidos con 76,9 millones.

La atracción que genera Asia desde lo cultural, comercial y potencial de negocios se ve reflejado en que China es el cuarto receptor de visitantes con 60,7 millones.

La bella y romántica Italia sigue siendo una atracción para visitar su historia, comer sus excelentes platos y reconocer su pasión: es el 5to país con 58,3 millones.

Los 10 primeros puestos lo completan México (39), Reino Unido (38) Turquía (37,6), Alemania (37,5) y Tailandia (35,4).

Algunas sorpresas después son Austria, Polonia y Malasia que se colocan entre los 20 países más convocantes para el turismo. Polonia y Austria por la cercanía de Alemania que son viajeros con dinero que visitan estos países.

Posición	País	Viajeros internacionales
1	Francia	86.900.000
2	España	81.800.000
3	Estados Unidos	76.900.000
4	China	60.700.000
5	Italia	58.300.000
6	México	39.300.000
7	Reino Unido	37.700.000
8	Turquía	37.600.000
9	Alemania	37.500.000
10	Tailandia	35.400.000
11	Austria	29.500.000
12	Japón	28.700.000
13	Hong Kong (China)	28.000.000
14	Grecia	27.200.000
15	Malasia	26.000.000
16	Federación Rusa	24.400.000
17	Portugal	21.200.000
18	Canadá	20.800.000
19	Polonia	18.400.000
20	Macao (China)	17.200.000

- Datos: Panorama del Turismo Internacional Edición 2018. OMT-UNWTO (datos de 2017, últimos disponibles)

El análisis cambia cuando se analiza por el dinero gastado por los turistas que arriban al país. En ese caso -según datos de la OMT- Estados Unidos lidera por lejos el ranking con ingresos por 210 mil millones de dólares anuales. Para comprar, Argentina exportará este año 70 mil millones en mercaderías, o sea que EEUU genera por turismo tres veces más que todas nuestras exportaciones. España recauda más por turismo que Argentina por exportación de mercaderías. Hay que poner en contexto que el crecimiento de 20.000 millones de dólares que se espera por exportaciones podría gestarse desde los servicios con predominio del turismo y servicios anexos. Francia está en el tercer puesto con 60,7 millones,

y Tailandia, que no es líder en cantidad de turistas, está cuarta en ingresos con 57 millones. Atrae turismo de clase alta y nivel de ingresos altos.

Acá se destaca el caso de Australia que a pesar de no estar en el ranking de los 20 países más convocantes en cantidad de turistas, recauda 41,7 mil millones de dólares, casi tanto como Italia con mucha más recepción de viajeros internacionales.

A la inversa, otro caso para estudio es México: es el 6to país que más visitantes recibe pero no ingresa dentro de la lista de los 10 más recaudadores. Su turismo tiene otro gasto por día, y una capacidad adquisitiva menor.

Australia y Luxemburgo son los que más reciben por cada arribo: USD 4.900 por turista que llega a esos países. Es importante analizar el tipo de turista que se busca atraer considerando algunos aspectos esenciales:

- a. 1 de cada 5 turistas viaja dentro de su región
- b. Más de la mitad de los turistas internacionales viajan a Europa.
- c. 58% viajan en avión y 37% en auto.
- d. 56% viaja por recreación, 13% por negocios y un 27% por motivos como salud o religión.

Estos aspectos explican que el turismo entre países vecinos es muy importante y se moviliza en automóvil, de allí el éxito de algunos países como Polonia que tienen como ventaja la cercanía a países con gran poder adquisitivo. También muestra la necesidad de contar con conexiones aéreas y fronteras ágiles para los turistas, así como demostrar que más de 40% de los viajeros se trasladan por motivos diferentes a la recreación.

Argentina en el turismo global

Sudamérica no es una figura importante en el turismo internacional. Recibe 37 millones de turistas al año, menos de la mitad de los que recibe Francia o España. México recibe más que toda América del Sur: 41 millones contra 37. En ese contexto negativo para la región Argentina sobresale porque es el país que más turistas recibe, por arriba de Brasil, Chile y Perú. Nuestro país recibió en 2018 casi 7 millones de visitantes extranjeros contra 6,6 de Brasil y 5,7 de Chile. El país trasandino tuvo un fuerte aumento de su industria turística pasando de 3 millones en 2010 a casi el doble en 8 años.

También podemos analizar el turismo por la cantidad de dinero que gastan los turistas y acá detectamos una diferencia entre el viajero que llega a Argentina y el que visita los países vecinos: En Brasil y Colombia gastan más. A pesar de recibir mucho menos turistas que nuestro país, lo que gastan en esos destinos es más alto. Los que visitan Colombia son la mitad que los que llegan a nuestro país, pero dejan 5.500 millones de dólares en la economía colombiana.

El turista que llega a Argentina es más gasolero y viene a nuestro país porque le resulta barato, por cuestiones del tipo de cambio. En promedio cada turista que llega gasta 800 dólares.

Un ejemplo de gastos contra cantidad de turistas se refleja cuando comparamos Perú contra Ecuador. Perú recibe muchos más turistas anualmente, pero Ecuador tiene un ingreso por cada turista mucho mayor: con Galápagos recibe viajeros de alto gasto.

El turismo es una gran fuente de ingreso de divisas. Para la OMT, ya es el tercer sector en el comercio mundial detrás del petróleo y los productos químicos. Argentina tiene un buen desarrollo, pero también mucho para crecer: focalizar la promoción en la región, aprovechar el tipo de cambio alto y hacer un salto de calidad en los servicios.

La estrategia de Argentina debería comprender atraer más turistas haciendo foco en los viajeros regionales y aumentar el gasto por turista, perfeccionando la difusión y publicidad dirigida más eficazmente.

El Turismo post-pandemia o en pandemia

Como es de público conocimiento, el mundo está viviendo una pandemia que está afectando, entre otros aspectos, la economía. El distanciamiento social y el aislamiento provoca que uno de los sectores que más perjudicados se ven ante esta situación sea el turismo. En este estudio de caso vamos a plantear casos hipotéticos y medidas que tomaríamos en cuenta para intentar estabilizar el sector, que, simultáneamente forma una fuente de ingreso para no solo muchos empleados, sino que también para la economía de la mayoría de los países, entre ellos, Argentina.

La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA)³⁴ indicó que en mayo hubo un 98,3% menos vuelos que en el mismo mes de 2019 y que en junio la situación mejoró al

³⁴ IATA “Informe mensual “ (2020)

registrarse 96,8% menos que en 2019. Esta organización, que abarca 290 aerolíneas de todo el mundo estimó en su informe de agosto que los vuelos no se recuperarán hasta el año 2024.

Además, en una estimación global relacionada a las 290 aerolíneas que la conforman, presupone una pérdida de 419.000 millones de dólares en el año.

Tenemos como hipótesis que muchos de los hábitos y exigencias de los huéspedes cambiarán a raíz de la situación actual. Por ejemplo:

- Disminuirá el volumen de gente que viaje, principalmente personas mayores o que se encuentren en el grupo de riesgo, como consecuencia del temor a contraer el virus.

- Las personas exigirán un ambiente en el cual se sientan seguros, que se encuentren limpios, desinfectados y libres de virus que puedan afectar su salud y la de sus acompañantes. Por lo tanto, es la tarea de los hoteles garantizar que todas las medidas sanitarias estén en orden para generar la confianza en el huésped.

- Elegirán establecimientos de alojamiento en las que no haya un gran conglomerado de gente y que sean espaciosos, en el cual no tengan mucho contacto con otras personas y se pueda respetar la distancia social requerida.

- Se evitarán medios de transportes públicos y masivos, por lo que la gente elegirá viajar en la comodidad y seguridad de su auto. Las personas comenzarán a viajar dentro del país y a países aledaños, por lo que se verá beneficiado el turismo interno.

- Se elegirá viajar a lugares menos turísticos o alejado de las ciudades, como el campo, montañas, etc.

Teniendo en cuenta que el sector turístico y hotelero será de los últimos en poder revertir su estado actual, se va a tener que tomar ciertas medidas para poder retomar la actividad hotelera lo antes posible para evitar mayores pérdidas en el sector.

Poniendo como hipótesis que el gobierno comienza a permitir que los establecimientos de alojamiento retomen su actividad y teniendo en cuenta los nuevos hábitos y estándares de los huéspedes, se deberán incrementar las medidas de higiene y salubridad, tomar medidas para evitar amontonamiento de huéspedes, exigir uso de barbijos, entre las más importantes.

Antes de considerar abrir el establecimiento, se recomienda tener en cuenta cuáles serían los gastos que afrontaría el hotel para desarrollar su actividad (y teniendo en cuenta

las medidas que se van a tomar) y calcular qué ocupación se necesitaría, como mínimo, para poder afrontar aquellos gastos.

En el caso de necesitar una ocupación mayor al 40% para que el negocio sea viable, se necesitará acortar gastos para poder abrir.

Algunas medidas que se podrían implementar sería por ejemplo que al ingresar el huésped al hotel deba obligatoriamente firmar un acuerdo de que no presenta ni él ni sus acompañante ningún síntoma de COVID-19, y que en el vaso de comenzar a tenerlos en algún momento de su estadía, debe reportarlo a las autoridades correspondientes y abandonar el hotel inmediatamente en caso de ser positivo, además de comprometerse a respetar tanto su salud como la de sus acompañantes, la del resto de huéspedes y del personal del hotel, teniendo las precauciones necesarias y cumpliendo el distanciamiento social obligatorio.

Se intentaría reducir el personal lo más posible, de forma tal que solo trabajen aquellas personas que se consideran esenciales, y así reducir el riesgo de contagio. También sería obligatorio que todo el personal use barbijo y que el área de recepción, al igual que el resto de las áreas públicas, se mantengan permanente desinfectadas, ya que son las áreas que más circulación de huéspedes tiene.

Para poder acortar gastos, se ubicará a los huéspedes en los primeros pisos del hotel, por lo tanto, los ascensores no estarían disponibles, y se podrán utilizar únicamente las escaleras (excepto que algún huésped no esté apto físicamente para hacerlo). Las mismas se mantendrán desinfectadas constantemente.

En el caso de que el hotel ofrezca desayuno buffet, por ejemplo, esta modalidad se vería transformada, y debería haber una persona con barbijo y guantes que se encargue de colocar la comida con pinzas en el plato de los huéspedes y que sea algo rotativo, siempre que éstos puedan mantener el distanciamiento unos de otros. Los hoteles que cuenten con restaurante o un espacio para comer, deberán disponer las mesas con una separación suficiente para que las personas se encuentren todas juntas al momento de la cena o almuerzo. De igual manera se alentará el “room service”, llevando la comida a la habitación de los huéspedes, (teniendo todas las medidas de precaución y sanidad necesarias) para evitar el movimiento de gente en los comedores.

En las habitaciones, se proporcionarían amenities, como tapabocas, guantes, alcohol en gel, etc. para que los huéspedes puedan utilizarlo tanto dentro como fuera del hotel y así cuidarse y cuidar al resto.

Para velar por la seguridad de los huéspedes, no se permitirá el acceso de personas ajenas al hotel, es decir visitas que no sean huéspedes.

Otra medida que se verían obligados en tomar es cerrar espacios públicos tales como gimnasios, piletas y Spas, para reducir las posibilidades de contagio, debido a que son espacios visitados por muchas personas y de mucha rotación, y la limpieza constante de estos espacios se dificulta.

Por todo el hotel (espacios públicos y habitaciones) estarían dispuestos carteles, en dónde se detallan las medidas de higiene que se exigen en el hotel, por ejemplo, la obligatoriedad del barbijo en todo momento mientras no se esté dentro de la habitación, evitar tocar las barandas y mesada de recepción, mantener las manos limpias, ya sea con agua y jabón o alcohol en gel, mantener la distancia social correspondiente, etc.

Estas prevenciones se tendrán que seguir tomando en la medida que la cuarentena y las restricciones continúen de forma tal que las pérdidas en el sector no sean tantas. Una vez que la situación se controle (pensamos que esto ocurriría luego de que se consiga la vacuna) se podrían flexibilizar las medidas, pero sin olvidarse de las precauciones que se tienen que tener en cuenta para ganar la confianza de nuestros huéspedes y, a su vez evitar un posible rebrote.

Luego, cuando ya esté toda la situación más estabilizada, será necesario tomar medidas que permitan la mayor ocupación posible, utilizando la mezcla de promoción adecuada que atraiga huéspedes y así poder recuperar el capital perdido durante la cuarentena. Creemos que muy probablemente la gente tenga más ganas de salir de sus casas y conocer nuevos lugares, situación que se podrá "exprimir" al máximo, beneficiando así al sector turístico en general.

Puede ocurrir que encontrada la vacuna se vuelva al viejo turismo o que se deba convivir con la enfermedad y surgirá un nuevo turismo, con medidas sanitarias y costumbres diferentes, en donde los lugares alejados y no tan concurridos pueden ganar participación relativa en el deseo de los turistas.

3. Conclusiones

El turismo representa el 7% del comercio mundial de mercaderías, venía creciendo a 4% anual y más de 1.400 viajeros se trasladaban desde sus países para conocer otros espacios generando una dinámica económica muy importante. Destacar que países como España reciben divisas por turismo por un monto mayor que todas las exportaciones argentinas muestra la importancia de este sector.

América latina está rezagada en la atracción turística tanto en cantidad como en calidad -medida como gasto unitario- de turistas. Además, el turismo regional es relativamente débil comparado con otras regiones, debiéndose destacar que gran parte del turismo internacional surge normalmente desde las regiones.

Argentina y América latina en general es una región necesitada de divisas para su desarrollo por lo que es muy necesario potenciar el turismo y prepararse para los dos escenarios probables que son uno post-pandemia y otro conviviendo con la misma.

Referencias

Organización Mundial de Turismo. (UNWTO) World Tourism Barometer and Statistical ANNEX (2020)

Scarpetta, G. "Los números del turismo" Diario La Nación. (14/12/2019)

