



El turismo cero frente a la crisis por COVID-19

Por alumnos de la Especialidad en Administración de Empresas Turísticas UAEM

El turismo como actividad económica permite la compra-venta de productos y servicios que se adquieren cuando las personas realizan desplazamientos motivados por múltiples factores, como conocer las diversas costumbres y tradiciones que tienen los pueblos, así como la recreación y el descanso en sitios de sol y playa; además, el turismo también puede ser visto como un fenómeno social al involucrar factores políticos, tecnológicos, sociales, ecológicos y legales.

La relevancia del sector radica en su contribución económica global, pues “representa a 10% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y 320 millones de empleos, lo que significa que uno de cada cuatro trabajos son generados por esta actividad” (Redacción de *El Financiero*, 2020b).

En México, el sector turístico representa el tercer ingreso más importante, sólo superado por la venta de petróleo y la entrada de remesas por parte de connacionales que trabajan en el extranjero. El turismo presentó un aumento del 10.2% en la entrada de divisas en el último año (2019), equivalente a 24 mil 816 millones de dólares; por otro lado, la balanza registró un ingreso superavitario de 14 mil 490 millones de dólares, 28.3% más que el año anterior, y la industria turística generó 243 mil 274 nuevos empleos directos, un crecimiento de casi 6%, que suma un total de 4 millones 431 mil plazas de trabajo (Armenta, 2020).

Existen diversos factores que afectan directamente a la actividad, entre ellos, política, seguridad, economía y salud, este último representa un riesgo alto para el turismo debido al brote del



Ilustración: Alejandra Valdés

coronavirus SARS-CoV-2 que causa la enfermedad COVID-19.

Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés), “se pierden un millón de empleos diarios en el sector, a razón de la pandemia del COVID-19, que deriva en suspensión de vuelos, cierre de fronteras, así como en la cancelación de reservas de viajes en todo el mundo” (Infobae, 2020), y sumado al cierre de negocios no esenciales, el desempleo generalizado desencadena problemas sociales como violencia, inseguridad y hacinamiento.

Entre las empresas turísticas que han enfrentado problemas están las de alojamiento, con el cierre de más de 300 hoteles; la restaurantería, con el cierre de 2 mil establecimientos, y la de transportes, con la disminución del 40% de los vuelos (Agencia EFE, 2020; y Redacción de *El Financiero*, 2020a).

Frente al panorama anterior se ha comenzado a vislumbrar un cambio radical en el comportamiento de viajes nacionales e internacionales al término de la contingencia; aspectos como la sostenibilidad y buenas prácticas, así como la automatización y personalización de productos y servicios podrían experimentar un repunte como valor añadido (Muñoz, 2020).

En este sentido, aunque no se tiene claro el escenario después de la pandemia, el turismo se irá reconstituyendo con actividad de bajo impacto, de corta distancia, es decir, un turismo local. Además, una de las estrategias que más ha cobrado fuerza en las últimas semanas es la creación del sello distintivo COVID Free, acreditación

¿CUÁL SERÁ TU PRÓXIMO DESTINO DESPUÉS DEL CONFINAMIENTO?

de estándar sanitario con medidas de higiene personal y de distanciamiento físico, así como reglas específicas de desinfección de alojamientos, restaurantes, transporte terrestre aéreo y marítimo (Ortega, 2020).

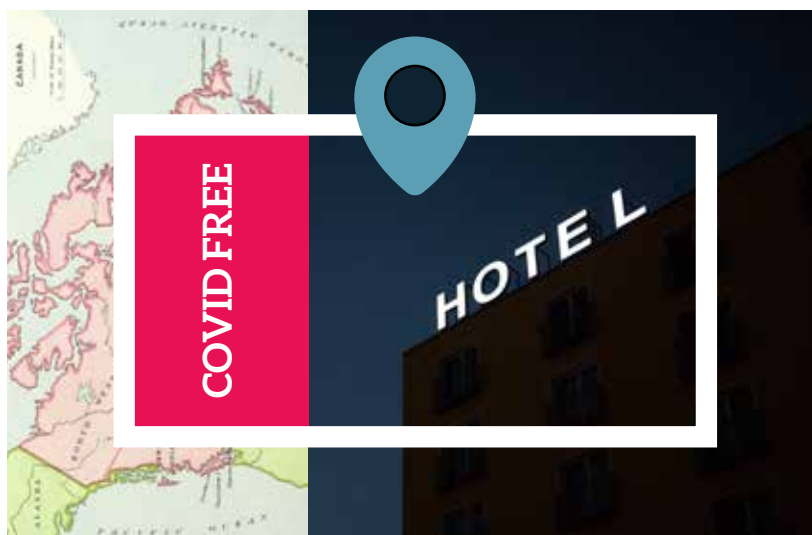
Otra estrategia para reactivar el sector es el uso de plataformas digitales que fungirán un papel importante para estimular la demanda y adaptar el turismo al nuevo entorno, como las redes sociales, donde actualmente se registra 58% de las compras (Agencia EFE, 2020).

Es importante considerar la paulatina recuperación económica de las personas, por lo que es necesario crear estrategias atractivas para viajar sin endeudarse o establecer tarifas racionales. Las promociones pueden

ser difundidas en medios digitales, como los recorridos virtuales, el uso de la robótica e inteligencia artificial en hoteles y medios de transporte, así como transacciones por internet.

China, por ejemplo, está acelerando el desarrollo de su industria cultural, turística y digital para ayudar a la economía a superar la crisis. La cultura digital y el turismo basado en el 5G e inteligencia artificial pueden facilitar el diseño de las pautas para reabrir y promocionar recursos turísticos, como museos.

Por su parte, la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) ha establecido algunas medidas a ejecutarse una vez se empiecen a retomar actividades, entre estas destacan el uso de pruebas rápidas al ingresar al aeropuerto, realizar *check-in* con



Montaje: Gerardo Mercado



Tecnología

más tiempo de anticipación y embarcar mostrando boletos por medio de dispositivos móviles, lecturas de pasaporte por medios digitales, reconocimiento facial, etcétera (Fontirroig, 2020).

En conclusión, para hacer frente a la crisis pos-COVID, los países que dependen del turismo, y especialmente México, deberán ofrecer un servicio más personalizado para combatir la automatización de procesos, mejorar programas de capacitación en atención al cliente y en la resolución de problemas; el uso de estrategias creativas e innovadoras en las que se incorporen las tecnologías de la información y de la comunicación como medios publicitarios, así como la priorización del turismo local (doméstico) que permita la reactivación económica de las regiones del país. 



Referencias

- Agencia EFE (2020). "Turismo México debe prepararse para días póstumos a la pandemia", en *Debate*. <<https://www.debate.com.mx/politica/Turismo-Mexico-debe-prepararse-para-dias-postumos-a-la-pandemia-20200424-0108.html>>.
- Alzua Sorzabal, A. y Francisco Femenia Serra (2020). "El sueño invernal: el turismo tras la salida del Covid-19", en *CincoDías*. <https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/05/01/opinion/1588340704_909651.html>.
- Armenta, G. (2020). "¿Cómo le fue al turismo en 2019?", en *El Financiero*. <<https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/gustavo-armenta/como-le-fue-al-turismo-en-2019>>.
- Fontirroig, A. (2020). "El mundo estrenará un nuevo protocolo para viajes en avión: estas son algunas de sus principales actualizaciones", en *Business Intriper*. <<http://businessintriper.com/transporte/lineas-aereas-aeropuertos/el-mundo-estrenara-un-nuevo-protocolo-para-viajes-en-avion-estas-son-algunas-de-sus-principales-actualizaciones/>>.
- Infobae (2020). "Ante efectos por Covid-19, sector turístico de Puebla presentó plan de acción", en *Infobae*. <<https://www.infobae.com/americas/mexico/2020/03/24/ante-efectos-por-covid-19-sectorturistico-de-puebla-presento-plan-de-accion>>.
- Muñoz, Carmen (2020). "¿Cómo será el turismo pos-COVID-19?", en *Dirigentes Digital.com*. <<https://dirigentesdigital.com/economia/el-pib-turistico-espanol-enfrenta-una-caida-superior-al-30-como-sera-el-turismo-poscovid-19>>.
- OMS (2020). *Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. <<https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>>.
- Ortega, R. (2020). "Crearán 'sello distintivo' Covid-Free para el turismo", en *Periódico Viaje*. <<https://periodicoviaje.com/2020/05/01/crearan-sello-distintivo-covid-free-para-el-turismo/>>.
- Redacción de *BBC News Mundo* (2020). "Coronavirus: el mapa que muestra el número de infectados, muertos y recuperados en el mundo por covid-19", en *BBC News Mundo*. <<https://www.bbc.com/mundo/noticias-51705060>>.
- Redacción de *El Financiero* (2020a). "Efecto COVID-19 causa cierre de 262 hoteles en México", en *El Financiero*. <<https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/efecto-covid-19-causa-cierre-de-262-hoteles-en-mexico>>.
- Redacción de *El Financiero* (2020b). "Estamos perdiendo un millón de empleos mundialmente en turismo a diario por COVID-19: Gloria Guevara Manzo", en *El Financiero*. <<https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/estamos-perdiendo-un-millon-de-empleosmundialmente-en-turismo-a-diario-por-covid-19-gloria-guevara-manzo>>.

Fotos: Laura Montroy / @lauymon



Carlos Antonio Rosas Candelas es maestro en Estudios Turísticos y profesor de la Licenciatura en Turismo del CU UAEM Temascaltepec.



Adriana Serrano Mejía es licenciada en Gastronomía.



Dalia Jhonayna Cerón Ramírez es licenciada en Turismo y docente del Plantel "Lic. Adolfo López Mateos" de la Escuela Preparatoria UAEM.



Laura Gisell Alquicira Oliveros es licenciada en Turismo.

