



Dimensiones y reflexiones sobre el impacto de la pandemia del covid en el turismo

Dimensions and reflections on the impact of the covid pandemic on tourism

 **Diego Navarro-Drazich**

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)

Mendoza, Argentina

navarrodrzich@yahoo.com

RESUMEN

La caída en los viajes internacionales producida por la pandemia del coronavirus invita a reflexionar sobre la explosión del turismo internacional en los últimos treinta años, así como a dimensionar la crisis en curso de la actividad turística. En este sentido, se advierte que una porción importante de la humanidad, contabilizada como sujetos o como países, está excluida de los beneficios del turismo y, en consecuencia, no experimenta costos porque nunca obtuvo ganancias. En contrapartida, también se identifican los países y sujetos protagonistas del fenómeno: aquellos que viajan y aquellos que dependen del turismo; entre estos últimos, los afectados principales por el receso sanitario. Finalmente, se presenta la situación argentina, caracterizada por luces y sombras, pero principalmente por tres ventajas falaces.

PALABRAS CLAVE: exclusión, dependencia, desempleo, falacia

ABSTRACT

The drop in international travel caused by the coronavirus pandemic invites us to reflect on the explosion of international tourism in the last thirty years, as well as to measure the ongoing crisis in tourism activity. In this sense, an important portion of humanity, counted as subjects or as countries, is excluded from the benefits of tourism and, consequently, does not experience costs because they never made a profit. In contrast, the countries and protagonists of the phenomenon are also identified: those who travel and those who depend on tourism; among the latter, those mainly affected by the health break. Finally, the Argentine situation is presented, characterized by lights and shadows, but mainly for three fallacious advantages.

KEYWORDS: exclusion, dependency, unemployment, fallacy

Fecha recepción: 17 de mayo de 2021

Fecha aprobación: 10 de junio de 2021

A un año del inicio de la pandemia del coronavirus en el mundo, el turismo y el virus siguen sumando víctimas. ¿Qué implica esta doble crisis? Un derrumbe de casi el 90% del turismo internacional en el mundo equivale, para la Organización Mundial del Turismo (OMT), al “peor año de la historia del turismo” y un retroceso a viajes internacionales de hace 30 años (OMT, 2021a; 2021b y 2021c). En realidad, no es el peor año sino la caída más estrepitosa en los arribos turísticos internacionales desde 1950, cuando se comienza a registrar ese dato; adviértase que las cifras de turismo internacional entre 1950 y 1990 observan guarismos inferiores a este último año. Y resulta la más fulminante porque los dos golpes anteriores, la epidemia del SARS en 2003 y la crisis económica mundial del 2009, apenas afectaron esa curva ascendente. Es decir que hacia 2019 se viajaba tres veces más que en 1990. ¿Tan poco se viajaba en los noventa? Esta pregunta tiene varias aristas.

En primer lugar, es posible invertir la interrogación: ¿tanto se viaja desde los noventa? Efectivamente, entre 1990 y 2019 se incrementaron en un

promedio de 35 millones los arribos cada año ¡tres veces más que entre 1950 y 1990 (10 millones interanuales)! Aquella curva de amable crecimiento en las primeras décadas del turismo de masas experimentó un despegue exponencial en los últimos decenios. Obsérvese asimismo que en estos treinta años la población del mundo aumentó un 47,63% y los arribos internacionales un 233,56%. ¿Hasta cuándo seguirá ganando la estadística de viajes internacionales a la tasa de crecimiento poblacional? Difícil pronosticar si el registro del turismo internacional trazará dibujos geométricos, amesetados o declinantes. En todo caso, cabe la reflexión de ¿cuánto puede, quiere o debe viajar cada hombre y cuánto soportan los destinos y el mundo? Esta pausa es una ocasión propicia para ese debate. Momento oportuno, además, porque coincide con síntomas de malestar en diversos destinos turísticos del mundo por la saturación de visitantes, fenómeno conocido como turismofobia o turistificación.

En segundo lugar, es evidente que no se viajaba ni se viaja mucho o poco, sino que siempre lo han hecho unos pocos. Inevitablemente, los números anteriores disparan en la imaginación un mundo con muchas personas haciendo turismo. Una falacia que debe ser corregida rápidamente ya que el cociente teórico entre los arribos internacionales y la población mundial no llega al 30%. En efecto, en relación a la cantidad de habitantes del momento, en 1990 realizaban viajes internacionales el 23,42% de la población mundial y en 2019 el 29,71%. Con todo, estos porcentajes parecen indicar que viajan cada vez más personas, ¿es así? En parte sí pero, ese cálculo teórico se reduce significativamente al considerar arribos realizados por los mismos turistas. Como comentamos diez años atrás, las estadísticas de arribos internacionales constituye

... un registro de viajes y no de viajeros. He aquí la relevancia de observar al sujeto. Los viajeros internacionales aumentaron y aumentarán, pero más se incrementa la cantidad de viajes que cada uno de ellos realiza: la brecha ricos-pobres crece en el

mundo a la par de la brecha entre turistas internacionales y los excluidos del fenómeno... Para las estadísticas, doce viajes/año puede significar tanto doce turistas como una persona que viaja cada mes y más una decena que nunca viajará (Navarro 2010, p. 348)

Esa “elite que viaja” –la expresión es de Wolton (2004)- también construye una geopolítica de los viajes internacionales. En efecto, hacia 2019 casi una veintena de países no participaron de los beneficios económicos del turismo internacional, dado que menos del 5% de sus PBI respondió a visitas foráneas y, en términos absolutos, percibieron ingresos inferiores a 5.000 millones de dólares por el mismo concepto (BM, 2021 y WTTC, 2021); recuérdese que los Estados Unidos, el país que más divisas turísticas ganó, superó los 233.000 millones de dólares ese año. En su mayoría, se trata de países africanos -Angola, Burkina Faso, Chad, Congo, Gabón, Ghana, Guinea, Libia, Nigeria y Sierra Leona-, aunque también hay algunos latinoamericanos -Guyana, Paraguay, Surinam y Puerto Rico-, asiáticos -Bangladesh, Uzbekistán y Myanmar- y uno de Oceanía -Papúa Nueva Guinea-; previsiblemente, ninguno es europeo ni norteamericano. Retomando la perspectiva del sujeto, la suma de los habitantes de esos países (364 millones) equivale a la población de los Estados Unidos y Canadá juntos (365 millones).

En tercer lugar, el incremento en las estadísticas de viajes internacionales en el nuevo siglo responde fuertemente al ascenso de la clase media china y su consiguiente incorporación al mercado de consumo mundial; así China se posicionó como el principal emisor de gasto en turismo internacional en 2010. Pero también otros Estados multiplicaron su gasto turístico en estos últimos veinte años: Australia lo quintuplicó (+408%), la Federación Rusa y Corea del Sur lo cuadruplicaron (+316% y +317%), Singapur lo triplicó (+248%) y media docena lo duplicaron: Estados Unidos, Francia, Italia, Hong Kong, Suiza y Canadá. Adicionalmente, más de la mitad del top 10 de los principales países emisores de gasto turísticos en el año 2000 lo sigue dos

décadas después: China, Estados Unidos, Francia, Italia y Canadá. Los que salieron de ese ranking, se mantienen en el top 20: Hong Kong, Países Bajos, Bélgica, Alemania y Japón. Los nuevos incluyen a Australia, la Federación Rusa, Corea del Sur y los Emiratos Árabes (BM, 2021). Estos números ayudan a visualizar los actores principales de la demanda turística en el mundo.

Así, este ejercicio de dimensionar el impacto de la crisis del coronavirus sobre el turismo internacional resulta en que no afecta a una veintena de países del mundo -desde la perspectiva de la oferta- ni, al menos, a un 70% de la población mundial -desde la perspectiva de la demanda, según un cálculo teórico y seguramente injusto-. ¿A quién afecta entonces? Veamos algunas reflexiones en tres niveles: mundial, nacional e individual.

En primer lugar, las cifras mundiales señalan que hasta el 2019 el turismo explicaba más del 10% del PBI, más del 10% de los empleos -1 de cada 4 nuevos empleos-, más del 6% de las exportaciones totales y más del 27% de las exportaciones de servicios. En 2020 la participación del turismo en la economía global se redujo a la mitad -de 10,4 al 5,5% del PBI mundial- y los puestos turísticos cayeron en más del 18%; es decir que se registraron 62 millones menos de empleos, equivalente a casi una vez y media la población de la Argentina (WTTC, 2021).

Pero en el plano global también corresponde referir a la reducción de la contaminación que implica la disminución de los vuelos. En efecto, cálculos previos a la pandemia señalan la contribución de la actividad turística al calentamiento global mediante el 5% de las emisiones de gases efecto invernadero (GEI). Estas resultan del alojamiento -21% de las emisiones de CO₂ generados por el turismo-, el transporte terrestre (32%) y principalmente el transporte aéreo (40%) (Navarro-Drazich, 2020, p. 97).

En segundo lugar, observamos que el antifaz de los números esconde y sugiere un rostro en llanto: el de millones de personas que perdieron sus trabajos. Se trata de hombres y mujeres que transitan la letanía de la espera,

la restricción de gastos, las deudas, la caridad (estatal), la reinención dentro del rubro del turismo y la migración a otros rubros desconocidos que generalmente emprenden desde posiciones desventajosas en términos de experiencia, jerarquía, edad, remuneración y capital inicial. Se trata también de pymes y negocios que se ven constreñidos a desafectar empleados y consecuentes indemnizaciones, a invertir en transformaciones digitales y consecuentes endeudamientos. En el mediano y largo plazo, desde la óptica de los destinos y más allá del saldo personal, se trata de recursos humanos capacitados que se fugan transitoria o definitivamente del turismo y de empresas emblemáticas e históricas –hoteles, restaurantes, cafés, aerolíneas- cuyo cierre supone el fin de referencias en clave de trayectoria, de marca y aún de patrimonio cultural. En este sentido, la dimensión humana de las investigaciones turísticas tiene un campo fértil para explorar mediante técnicas sociológicas y antropológicas como entrevistas etnográficas, historias de vida, grupos focales, etc.

También la demanda experimenta costos en el plano de las vivencias personales. Dado que los registros anuales de viajes no identifican personas, los arribos de un año en particular incluyen turistas que viajan varias veces por año, otros que lo hacen una vez cada año y personas que cada tanto o una vez en sus vidas cumplen el sueño de conocer otro país. También estos viajes frustrados suponen temas de investigación poco advertidos como tal: lunas de miel y aniversarios, reencuentros familiares y de compañeros, viajes iniciáticos y formativos, bodas y nacimientos, despedidas y fallecimientos, congresos y eventos únicos, fin de curso, primer encuentro amoroso en relaciones virtuales, etc.

En tercer lugar, los datos econométricos por países arrojan que cerca de una veintena de Estados fundamentan sus economías extensivamente en el turismo. En otra obra analizamos la situación de los países más turísticos del mundo en términos relativos o Estados más dependientes del turismo en virtud de un PBI turístico superior al 30%: Montenegro, Macao y diecisiete

Pequeños Estados Insulares en Desarrollo -PEID o SIDS, por su sigla en inglés- (Navarro-Drazich y Lorenzo, 2021). Los PEID constituyen un conjunto de 52 países en desarrollo -38 originalmente-, con una geografía litoral y desafíos similares respecto del medio ambiente. Fueron reconocidos por la Organización de Naciones Unidas (ONU) en la Cumbre de la Tierra de 1992 y están categorizados en tres regiones: Asia y el Pacífico (22), Caribe y Latinoamérica (23) y África (7). Trabajan juntos en la ONU a través de la Alianza de Pequeños Estados Insulares -AOSIS, por su sigla en inglés- y además pertenecen, según el caso, a tres esquemas de cooperación regional: la Comunidad del Caribe (CARICOM), el Foro de las Islas Pacíficas (PIF) o la Comisión de Océano Índico (IOC).

Casi la mitad de esos países presentaron en 2019 un PIB turístico entre 30 y 40%, un cuarto de los mismos Estados entre 40 y 50% y otro cuarto por encima del 50%. Entre estos últimos, se destacaron los casos de Aruba y Macao, con más de 70 y 90%, respectivamente. Lo propio ocurrió con el empleo, dado que al menos un tercio de los puestos laborales en esos países respondió al turismo en 2019. Efectivamente, la mitad del grupo observó un empleo turístico entre el 30 y el 50%, y la otra mitad, por encima del 50%. Cifras extremas mostraron Santa Lucía, Aruba y Antigua y Barbuda; en esos casos, el trabajo registrado fue explicado por el turismo en magnitudes por encima del 70; el 80 y aún el 90%, respectivamente. También las exportaciones verificaron una situación dependiente: en todos los casos, al menos en un 40% de los ingresos de divisas se debió al turismo foráneo. Un cuarto de los países presentó exportaciones turísticas entre el 40 y el 50%, otro cuarto entre 50 y 60%, y la mitad del conjunto por encima del 60%. Con más del 80% sobresalieron los casos de Macao, Aruba y Bahamas.

Gran parte de los Estados de este grupo (74%) registró un alto gasto receptivo por arribo, superior a los US\$ 1.000 dólares/viaje, y previsiblemente no se destacan como emisores de viajeros internacionales. Consecuentemente, la balanza positiva es característica de este conjunto:

sus ingresos foráneos por turismo al menos triplicaron sus egresos. Y en un tercio del grupo resultó más de diez veces superior. Situación paradigmática la de Macao cuyos ingresos superaron casi treinta veces los egresos. En suma, todas esas balanzas positivas decaídas en 2020 describen escenarios alarmantes en estos tiempos de escasos viajes internacionales. La situación empeora al considerar que el turismo doméstico no es una opción de recuperación para esos países, ya que ninguno llega al 20% de gasto por turismo nacional, y la mitad no registra ni el 10%. Con menos de 5%, Macao y Maldivas son los Estados con menos turismo interno.

Los organismos internacionales están advirtiendo la gravedad de la situación. Esto es evidente en el informe de políticas de la ONU (2020, p. 10-11) “La COVID-19 y la transformación del turismo”, en el informe estadístico del Comité para la Coordinación de Actividades Estadísticas (CCAS, 2020, p. 28-29) sobre “Cómo la COVID-19 está cambiando al mundo”, así como en el pedido de cooperación internacional por parte de la OMT para vacunar a las reducidas poblaciones de los PEID (OMT, 2021d).

En este contexto, la situación de la Argentina presenta claroscuros o beneficios engañosos. Un primer punto a considerar es que, aunque primer receptor de turistas extranjeros del conjunto sudamericano, se ubica tercero entre los que más divisas percibieron por ese concepto antes de la crisis del covid (5.999 millones de dólares); esto significa que los visitantes foráneos de Brasil y Colombia gastaron más que los nuestros en esos países. Esos ingresos se vieron fuertemente disminuidos desde 2020, pero también se redujo sustancialmente la fuga de divisas por turismo emisor (13.092 millones de dólares). Es decir que la histórica balanza turística negativa argentina, solo superada en la región por Brasil, ha resultado una ventaja en tiempos de pandemia. Se trata de un beneficio provisorio ya que la vocación argentina por viajar al exterior, al menos a países limítrofes, constituye un rasgo cultural que merece indagaciones específicas. Y también constituye

una ventaja marginal, secundaria o colateral ya que no resulta de políticas ad hoc formuladas por el gobierno.

Un segundo punto es que nuestro país, después de Brasil, es el sudamericano con mayor demanda propia; esto se evidencia en un gasto turístico doméstico del 85%. Este aspecto también reclama estudios más profundos pero a priori sobrevienen dos explicaciones posibles: una demanda vinculada a una clase media disminuida pero resiliente y a una oferta vasta y variada. En efecto, aún con pocos atractivos turísticos, la Argentina cuenta con una ingente cantidad de recursos turísticos a lo largo de su dilatada extensión. Esta ventaja no es menor; el vecino Uruguay, por ejemplo, no la posee. Ni los 105 países del mundo más pequeños que él, por más alto PBI per cápita que gocen. Además, la Argentina no solo es el octavo país más grande del mundo sino probablemente el cuarto o quinto de esa lista con diversidad geomorfológica y climática. Es decir que cuenta con altas posibilidades de recuperación en esta primera etapa, caracterizada por fuertes restricciones a los viajes transfronterizos, gracias a una conjunción favorable de demanda y oferta que redireccionarían el gasto turístico argentino del exterior al interior. He aquí otro espejismo ya que se trata de un fenómeno similar a la economía proteccionista de los ochenta, que los recientes cepos a los viajes al exterior pretenden emular. Finalmente los turistas argentinos consumen turismo doméstico por obligación, antes que por elección; por la prohibición o dificultad de cruzar fronteras antes que por el magnetismo irresistible de destinos planificados y recursos turísticos eficientemente transformados en atractivos turísticos de valor, producto de gobiernos racionales y empresarios comprometidos.

Un tercer punto es la ganancia económica que acompaña a todo destino turístico competitivo, como la Argentina, que se inscribe entre los más baratos del mundo. Similar al punto anterior pero aplicado a los turistas extranjeros que ciertamente consideran este dato al momento de decidir sus vacaciones. En este sentido, la postpandemia se caracterizará por esa

competitividad de precios disfrazada bonanza, antes que por una competitividad de calidad o innovación.

Cabe agregar que, en etapas posteriores, la salud económica argentina impactará en la región, dado que antes del 2020 nuestro país era el principal o uno de los principales mercados emisores de todos los países vecinos y de Ecuador. Por cierto, este último país es el que registra el menor gasto por turismo doméstico en la región (34%).

Mientras tanto, los gobiernos nacionales y provinciales hacen lo que pueden. La ecuación de capacidades técnicas y administrativas, recursos económicos y voluntad política a veces resulta mejor y a veces peor. Algunos ejes centrales de las políticas públicas para la recuperación del turismo incluyen: la gestión de líneas de subsidios y créditos, el acompañamiento para la digitalización de destinos y emprendimientos, el asesoramiento para diversificar la oferta de turismo receptivo, y la conversión de destinos y emprendimientos hacia propuestas amigables con el ambiente. Probablemente la vara con la que se medirán las acciones de los gobierno actuales será más altas que antes. Además de evaluar la gestión de la urgencia sanitaria vinculada al turismo –alojamiento de repatriados, confección de protocolos, entre otras medidas-, la población en general y la comunidad turística en particular tendrá expectativas sobre la gestión del mediano plazo. Sea este doble desafío otro objeto de estudio sobre el que poner el foco desde la investigación turística.

Bibliografía

Banco Mundial (BM) (2021). *Turismo internacional, recibos (US\$ a precios actuales)*. Recuperado de https://datos.bancomundial.org/indicador/ST.INT.RCPT.CD?most_recent_value_desc=false

Navarro, D. (2010) *Imagen turística argentina. Política turística como política exterior*, Editorial de la Universidad del Aconcagua, Mendoza. Recuperado de http://bibliotecadigital.uda.edu.ar/objetos_digitales/210/imagen-turistica-argentina.pdf

- Navarro-Drazich, D. (2020). *Climate Change and Tourism in Latin America*. En Lorenzo, C. (Ed.), *Latin America in Times of Global Environmental Change*, Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-24254-1>
- Navarro-Drazich, D. y Lorenzo, C. (2021). *Sensitivity and vulnerability of international tourism by covid crisis: South America in context*, *Research in Globalization*, 3. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2021.100042>
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2021a). *2020: Análisis del año. Covid-19 y el sector turístico*. El turismo antes de la pandemia. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020>
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2021b). *2020: el peor año de la historia del turismo, con mil millones menos de llegadas internacionales*. 21.01.2021. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/news/2020-el-peor-ano-de-la-historia-del-turismo-con-mil-millones-menos-de-llegadas-internacionales>
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2021c). *Un 87% menos de llegadas de turistas en enero de 2021, mientras la OMT pide mayor coordinación para reactivar el turismo*. 31.03.2021. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347#:~:text=El%20impacto%20devastador%20de%20la,%20del%20a%C3%B1o%20sigue%20siendo%20incierto>
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2021d). *La OMT insta a emprender la vacunación en los Pequeños Estados Insulares en Desarrollo con miras a reactivar la recuperación del turismo*. 26 de marzo. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/news/la-omt-insta-a-emprender-la-vacunacion-en-los-pequenos-estados-insulares-en-desarrollo-con-miras-a-reactivar-la-recuperacion-del-turismo>
- Organización de Naciones Unidas (ONU) (2020). *Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo*. Recuperado de https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf
- Wolton, D. (2004). *La otra mundialización. Los desafíos de la cohabitación cultural global*, Gedisa, Barcelona.
- World Travel and Tourism Council (WTTC) (2021). *Economic Impact Reports*. Recuperado de <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>