

Crisis del sector turismo por COVID-19 y su recuperación

Tourism crisis by COVID-19 and sector recuperation

Jorge Pablo Rivas Díaz*

Rafael Gracia Buendía**

Raúl Callejas Cárcamo***

Palabras clave

Política gubernamental. Regulación. Sanidad pública

Turismo

Comportamiento de las economías

Políticas macroeconómicas y perspectivas generales

Keywords

Government Policy; Regulation; Public Health

Tourism

Household Behavior

Macroeconomic Policy and General Outlook

Jel: I18, L83, D1. E6

21

* Doctor en Economía, Profesor adscrito a la División de Sistema de Universidad Abierta y Educación a Distancia de la Facultad de Economía, UNAM, jorge_p_rivas@live.com.mx

** Profesor adscrito a la División de Sistema de Universidad Abierta y Educación a Distancia de la Facultad de Economía, UNAM.

***Doctor en Economía, Profesor adscrito a Universidad Tecnológica de México (UNITEC), raul_callejas@my.unitec.edu.mx

Resumen

La presente investigación presenta un diagnóstico del ciclo de crisis y recuperación del sector turismo en México entre el años 2020 y 2022, derivado de los efectos económicos y sociales provocados por la pandemia de COVID-19, donde se precisa la relación entre la evolución de la pandemia y sus instrumentos de control con la dinámica de la actividad del sector, para finalmente presentar el panorama de su recuperación y algunos de los aprendizajes que deja la pandemia al sector para la reconfiguración de su paradigma de negocios a futuro (post-COVID)

Abstract

This research presents a diagnosis of the cycle of crisis and recovery of the tourism sector in Mexico between 2020 and 2022, derived from the economic and social effects caused by the COVID-19 pandemic, this presents the relationship between the evolution of the pandemic and its control instruments with the dynamics of the sector's activity, to finally show the panorama of its recovery and some of the lessons that the pandemic leaves the sector for the reconfiguration of its business paradigm in the future (post-COVID)

Introducción

El objetivo de la presente investigación es presentar un diagnóstico del ciclo de crisis y recuperación del sector turístico en México derivado de los efectos económicos y sociales provocados por la pandemia de COVID-19 entre 2020 y 2022, donde se logra precisar la relación entre la evolución de la pandemia a nivel mundial y la dinámica de la actividad económica del sector.

La finalidad de la investigación es desembocar en la presentación del panorama de recuperación del sector turístico hacia 2022,

así como presentar algunos de los aprendizajes que deja la pandemia al sector para la reconfiguración de su paradigma de negocios a futuro (post-COVID)

Las preguntas de investigación que se desarrollan son las siguientes:

- ¿Cuál fue el impacto de la pandemia de COVID-19 en la dinámica del sector turismo en México y en el mundo durante 2020 y 2021?
- ¿Cuál es la magnitud y tendencia de la recuperación económica del sector derivada de los avances en el control de la pandemia?
- ¿Cuáles son las estrategias para continuar con la reactivación del sector y la renovación de un paradigma de los negocios turísticos post-COVID?

Estructura del estudio:

- La investigación consta de 5 secciones:
- La primera sección constituye el marco de referencia para el análisis del sector turismo, donde se aborda la discusión acerca de su conceptualización general.
- La segunda, se enfoca en mostrar un diagnóstico acerca de la relevancia del sector a nivel mundial y nacional alcanzada hasta 2019 como producto de la integración económica mundial cada vez más acelerada.
- La tercera presenta a la irrupción de la pandemia de COVID -19 como factor de contracción y retroceso abrupto del sector, promotor de su crisis a nivel mundial y nacional.
- La cuarta se enfoca en el presentar el proceso de recuperación gradual de su dinamismo y sus expectativas de corto plazo.
- La quinta presenta un conjunto estrategias

para la renovación del paradigma de negocios turísticos postcovid, integrando los aprendizajes que ha dejado la pandemia y las oportunidades que ofrecen las tecnológicas de la información aplicadas al sector.

1. El turismo y su sector

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turismo como “Un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual” (OMT, 2020), el cual consiste en “todas aquellas actividades que realizan los viajeros...con cualquier finalidad principal, que no sea, ser empleado en el lugar visitado” (OMT 2010).

El turismo se entiende también, como “el espectro de actividades” que se generan de la idea o acción del desplazamiento del viajero “con intenciones de descanso, diversión y/o contacto con el destino receptor” (Ledhesma, 2016, 2017 2018), donde la búsqueda por obtener la capacidad de “satisfacer las diversas motivaciones del turista, ... variadas y sobre todo, de carácter personal” se vuelve un motor principal y razón de éxito de la actividad turística (Ramos, 2014)

De la definición de turismo se tiene que el agente económico central resulta ser el turista o viajero, el cual, dependiendo de las condiciones concretas de sus necesidades, deseos, intereses y posibilidades, determinadas en tiempo y espacio, desencadenan la oportunidad productiva de crear un sistema complejo de proveedores de bienes y servicios turísticos articulados local, regional y globalmente en un sector económico heterogéneo.

El sector turismo y su dinámica han sido objetos de análisis de gran relevancia y complejidad, tanto desde el enfoque económico, social, geográfico, ambiental, político e histórico entre otros. Es un sector que resulta de la

integración de numerosos agentes económicos, situados en actividades y unidades económicas diversas, generando valores en conocimiento, bienes, servicios e infraestructura, entre otros, que se sirven del desarrollo del mercado local y mundial, así como de su heterogeneidad para su propio progreso

La actividad turística masiva desarrollada posterior a la II Guerra Mundial, enfocada en su origen en la recuperación económica y la captación de divisas en periodos de post guerra (Moreno, 2012), ha evolucionado, integrando al sector empresarial, al estatal, al no gubernamental, al sector profesional, a las poblaciones que habitan cada destino turístico y a los turistas (Ledhesma, 2018) en generar, cada vez, mayor cantidad y calidad de productos turísticos.

El desarrollo de las tecnologías e infraestructura en transportes, telecomunicaciones y la tendencia a la integración económica mundial, la ha impulsado al grado de consolidarse como una gigantesca industria global y un medio generador de desarrollo, que propone una inversión rentable para el sector privado, a la par que ofrece oportunidades a la población residente de los lugares hacia donde se dirigen los flujos turísticos (Ascanio, 2004), donde se generan múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural (De la Torre, 1997)

El análisis del sector turismo entendido como un sistema de mercado puede ser descrito mediante el tipo de demandantes (tipo de turistas), la forma y tipo de turismo, el tipo de oferta turística (tipo de turismo) o desde el componente de la cadena de valor del turismo en la que se especialicen las unidades económicas involucradas en la oferta turística.

Para fines de contabilización de los flujos de actividad económica, los turistas pueden ser residentes o no residentes, realizando viajes internos a una frontera nacional o transfronterizos, llevando a la clasificación de la OMT respecto a las formas de turismo: Turismo In-

terno, receptivo, emisor y los tipos de turismo que de ellos se derivan, es decir: El turismo interior, nacional e internacional

Los tipos de oferta turística dependen del producto o servicio predominante, primario o ancla ofertado en el mercado, dentro de los cuales se pueden encontrar múltiples subclasificaciones: 1) Según las actividades desarrolladas (Rodríguez, 2011), 2) los objetivos del turista (Ledhesma (2018), Gatica (2016), Pingel (2007), Fernández (2015), López (2007), Molina(2002)), 3) el tipo de viaje (Acerenza, 2006), 4) la forma de viaje, 5) la estancia o permanencia en el destino y 6) por motivo principal (Villena (2014), Arias (2012), Ledhesma (2016), Sandoval (2016), Tobón (2013), (Rodríguez (2011)), entre otras.

En cuanto a la cadena de valor turística se entiende que esta se integra de todos los “eslabones” que intervienen desde la generación de la materia prima del producto o servicio turístico y llega hasta la distribución del mismo en manos del consumidor final, agregando valores nuevos en cada eslabón, en su caso, cada tipo de actividad turística, por su propia naturaleza cuenta con particularidades en su propia cadena, no obstante, se puede argumentar una cierta secuencia general a tres etapas de valor principales.

De acuerdo con Pulido y López (2013), la cadena de valor parte de una primera etapa donde la prioridad es posicionar el destino en el mercado, adecuando el contexto de valor (la riqueza atractora de turistas) para el uso turístico al que se va a destinar, partiendo de un diseño asociado al público objetivo de dicho destino, generando una oferta de valor.

La segunda etapa implica el desarrollo de las acciones y estrategias más adecuadas para hacer llegar al público objetivo la oferta generada, logrando el posicionamiento deseado, incluyendo comunicación y distribución, donde intervienen unidades económicas de alojamiento,

transporte, alimentación, entre otros.

Finalmente, en la tercera etapa, el reto principal es asegurar la coherencia entre el producto planificado y el producto finalmente ofrecido, facilitando la prestación y el consumo del destino, basado en accesibilidad y post consumo, donde de manera transversal a todas las etapas opera el seguimiento y control de la cadena para la gestión del valor en turismo.

2. Sector turismo a nivel mundial y en México hasta 2019

A nivel mundial el turismo representa una de las actividades económicas de mayor relevancia y mayor dinamismo durante las últimas décadas derivado de los cambios en los patrones de consumo mundiales y al desarrollo de su propuesta de valor global.

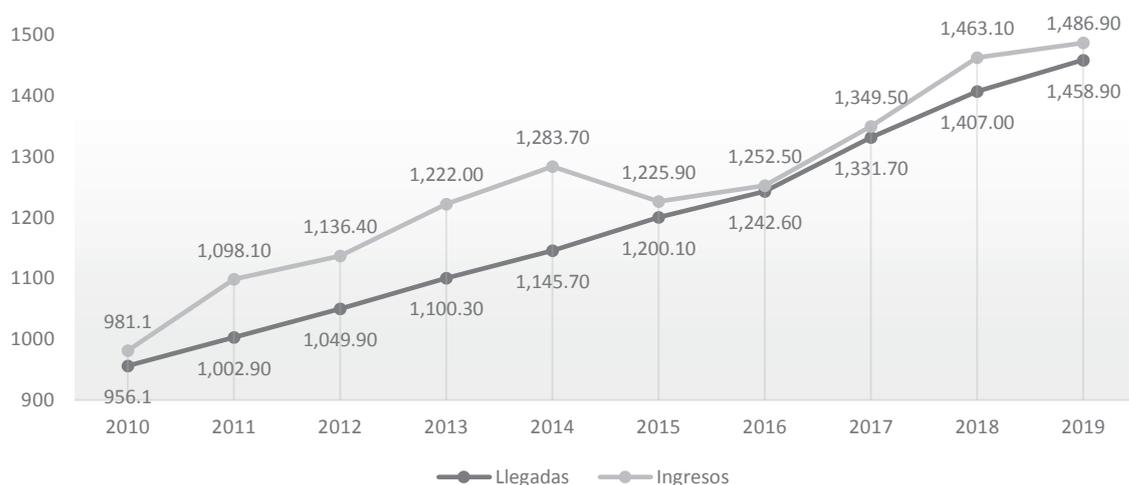
La actividad turística “supone más del 29% de las exportaciones mundiales ... , siendo la tercera actividad económica preponderante por detrás de los químicos y los combustibles”, siendo aproximadamente el 10.4% de la composición del PIB mundial¹

De acuerdo con información de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la actividad había experimentado una tasa de crecimiento del 4.8% promedio anual a nivel mundial, entre 2010 y 2019, tanto para el número de viajeros internacionales, como para el nivel de ingresos generados por estos para las economías receptoras, alcanzando a acumular más de 1,458 llegadas internacionales en 2019, las cuales generaron una derrama económica por más de 1,486 billones de dólares.

1 De acuerdo con datos del 2018 por parte del World Travel and Tourism Council (WTTC) la contribución del turismo al producto mundial supero en 1.7 veces mayor que la Minería, 1.5 veces mayor que la Banca y la fabricación de automóviles y 1.4 veces superior a la agricultura.

Gráfica 1

Ingreso y llegadas por turismo internacional a nivel mundial: 2010 a 2019



Nota: Llegadas en millones de entradas de viajeros internacionales, Ingreso en Billones de dólares
 Fuente: elaboración propia con información del informe de Turismo Receptivo, OMT.

De acuerdo con el Consejo Mundial de Viajes y turismo (WTTC) el sector es el sexto más grande en términos de contribución al PIB y empleo en el continente americano. Particularmente para México el aporte de la actividad turística se ha perfilado como una de las más importantes debido su contribución en el PIB, siendo poco más del 8% en promedio entre 2010 y hasta el 2019 previo a la pandemia (INEGI, 2020).

De acuerdo con la Cuenta Satélite de Turismo en México, el sector ha aportado alrededor del 5.8% de los puestos de trabajo remunerados a nivel nacional, lo que lo dispone como un sector que acompaña el sostenimiento de los ingresos familiares y de la seguridad social de las familias mexicanas.

De acuerdo con el WTTC (2019) el aporte de valores de este sector en México resulta de la relación costo-beneficio positiva, que permite entenderlo como uno capaz de generar efectos multiplicadores sobre el gasto, donde

por cada millón de dólares que se ejercen en el sector turístico, se genera una aportación al Producto Interno Bruto de alrededor de 1.3 millones de dólares, lo que ubica al sector en una posición intermedia a nivel mundial, en cuanto a generación de valor.

En cuanto a la estructura de la cadena de valor turística y la composición del PIB turístico, se puede mencionar que se articula de acuerdo a una estructura clásica,² donde las actividades de alojamiento representan el mayor valor, concentrando el 34.5% de los recursos generados en el sector, siguiéndole el transporte de pasajeros con el 15% y los restaurantes y bares con el 14.6% en promedio (INEGI: 2020).

2 Se puede resaltar que la importancia que han cobrado los servicios digitales en la publicidad y comercialización de paquetes y viajes turísticos conforman un nuevo paradigma que puede modificar la configuración de los componentes del PIB turístico impulsando actividades culturales, deportivas, etc.

Respecto a la composición del tipo de visitantes internacionales y su valor estratégico, se tiene que concentración de turistas norteamericanos en México cubren más del 80% de las llegadas provenientes del extranjero, en promedio durante toda la década, quedando en segundo lugar los viajeros canadienses con un 5%. También resulta relevante diferenciar entre las categorías de excursionistas³ y turistas⁴ que visitan el país.

De acuerdo con datos del INEGI (2019), de los desembolsos que realizan ambas categorías de viajeros (turista y excursionista), el turismo de internación representa poco más del 90% del gasto total de los visitantes extranjeros en 2019 (22,350 millones de dólares).

3. Irrupción de la pandemia de covid -19 y la crisis del sector turismo

A finales de diciembre de 2019 en Wuhan, China se registró población bajo un cuadro clínico clasificado como neumonía infecciosa de etiología desconocida. El virus del SARS-CoV-2 responsable de la enfermedad COVID-19, se propagó a lo largo del mundo dando paso a la declaración de una pandemia por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS) el 11 de marzo de 2020 (OMS, 2020a)

Para atender la pandemia la OMS (2020b) recomendó una serie de medidas de salud pública dentro de las que destacan: la cuarentena, el aislamiento y el distanciamiento social. Todas ellas enfocadas a reducir la propagación de la infección obstaculizando la velocidad y

magnitud del tránsito de personas y su interacción en espacios cerrados.⁵

Para el 20 de abril de 2020 el 100% de los destinos mundiales introducen restricciones a la movilidad. De acuerdo con la OMT, la introducción de restricciones de viaje por la contingencia sanitaria derivó en una caída del (-) 97 % en la llegada de turistas internacionales en abril de 2020, que ahumado a una disminución del 54.6 % en marzo del mismo año llegó a representar una pérdida en el primer cuatrimestre de 2020 de casi 195 mil millones de dólares por concepto de turismo internacional, lo que para el continente americano represento una caída de alrededor del 36.1 %

En un comparativo anual entre 2019 y 2020 el flujo de turistas internacionales se contrajo en un (-)74% a nivel mundial, lo que representa una caída de 1,460 millones de turistas observados en 2019 a poco más de 400 millones de turistas a nivel mundial, esta caída en el sector representó una contracción diez veces mayor a la experimentada durante la crisis económica mundial de 2009.

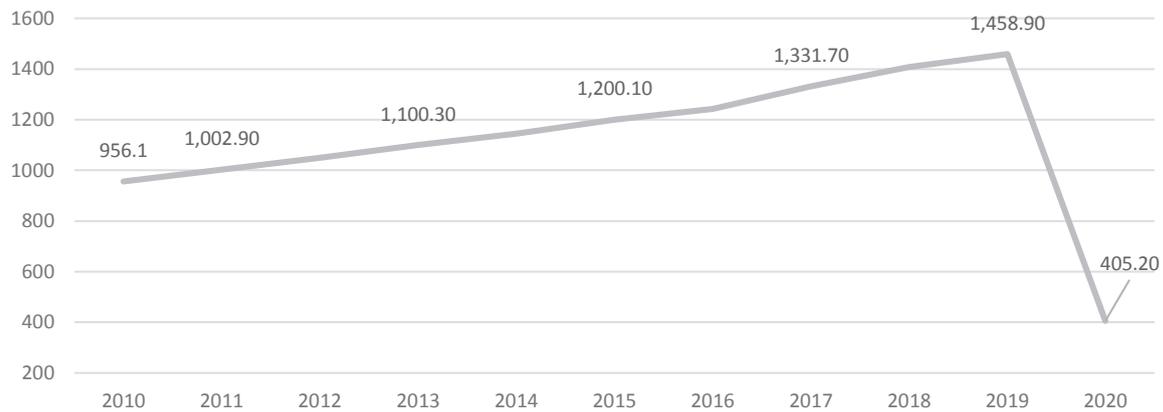
3 Excursionista fronterizo: visitante de negocios que no pernocta en México.

4 Turista internacional. Hace referencia a las personas que visitan tanto la frontera, como el interior del país.

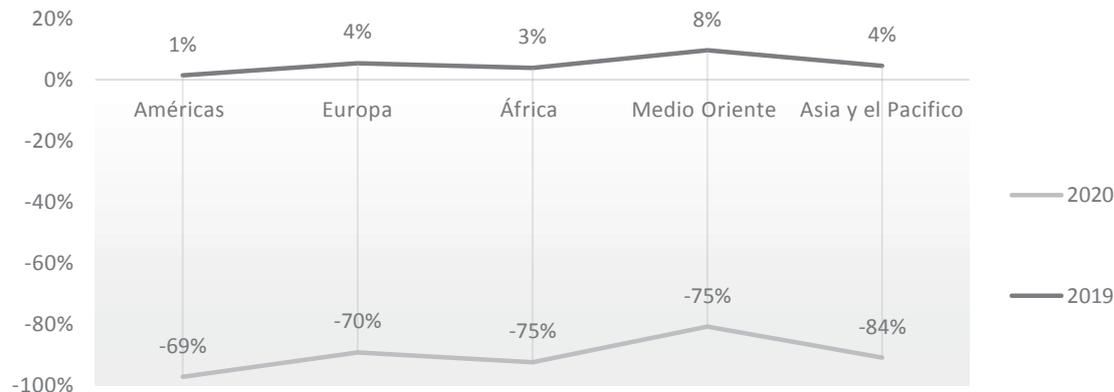
5 La cuarentena que significa restringir las actividades o separar a las personas que no están enfermas pero que pueden haber estado expuestas a la COVID19. El objetivo es prevenir la propagación de la enfermedad en el momento en que las personas empiezan a presentar síntomas; El aislamiento significa separar a las personas que están enfermas con síntomas de COVID19 y pueden ser contagiosas para prevenir la propagación de la enfermedad; El distanciamiento físico significa estar físicamente separado. La OMS recomienda mantener una distancia de al menos un metro con los demás. Es una medida general que todas las personas deberían adoptar incluso si se encuentran bien y no han tenido una exposición conocida a la COVID19.

- Totales mundiales

Gráfica 2 Flujo de turistas internacionales (Llegadas internacionales)



- Comparativo 2019-2020 por regiones



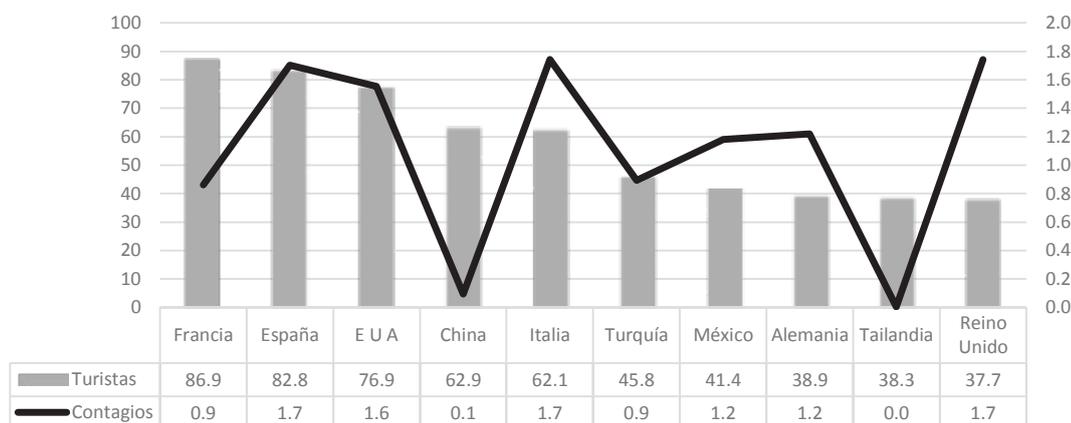
Fuente: elaboración propia información de la OMT.

La alta conectividad de las ciudades globales y los centros turísticos internacionales dado el desarrollo del transporte aéreo de pasajeros, propició la expansión acelerada del virus a nivel global. La combinación de su capacidad de contagio, su periodo de incubación y su capacidad para generar enfermos asintomáticos, llevo a que los países con mayores flujos

turísticos internacionales llegaron de manera más temprana a procesos de contagio de importación y a contagio comunitario en sus principales centros urbanos, donde los países del top 10 receptores de turismo internacional se vieron afectados durante todo 2020 un alto nivel de contagios acumulados desde etapas tempranas del año.

Gráfica 3

Top 10 de países receptores de turismo 2019 Millones de turistas internacionales (eje izquierdo), Millones de casos acumulados (eje derecho)



Fuente: elaboración propia con datos del COVID-19 Dashboard by Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU) y la Organización Mundial de Turismo (OMT), Panorama 2019.

28

El Consejo Mundial de Turismo (WTTC),⁶ profundizó su análisis sobre el tema, argumentando que más del 55% de la población mundial se concentra en zonas urbanas, lo que convierte a las ciudades y principales centros económicos de la actividad turística internacional, siendo espacios propicios de importación y contagio.

Durante los primeros trimestres del año se alcanzó a apreciar una correlación alta entre el renqueo internacional de los países turísticos y el nivel de contagios por COVID-19, en donde entre los 14 países que había rebasado el millón de casos acumulados destacaban sobre todo los que poseían los principales centros de turismo mundial, como son España, Italia, Francia, EUA y Reino Unido, siendo que las mayores caídas del flujo de vuelos y turistas internacionales se registraron entre febrero a abril de 2020, pasando de 83.41 a 3.65 miles de llegadas de turistas internacionales.⁷

6 El Informe de impacto económico de viajes y turismo de la ciudad del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) para 2018

7 “International Tourism And COVID-19”. (OMT,

Por su parte, el manejo de las medidas preventivas contra la propagación de la pandemia en México repercutió en que a partir del primer caso de COVID-19 registrado en México en el mes de febrero y al cierre del primer semestre del año las autoridades confirmaron una cifra oficial de 424,637 casos acumulados de contagio, 90,022 casos sospechosos, 46,688 defunciones y 278,618 pacientes recuperados en el Sistema de Salud (SALUD, 2020a), lo que ubicó al país entre las diez economías con mayores casos confirmados a nivel mundial (JHU, 2020).

El impacto en sector turístico fue profundo, donde se alcanzaron a acumular pérdidas por alrededor de 4 millones de pesos diarios durante los meses de profundización de la crisis lo que implicó una caída del consumo turístico y de su aporte al PIB nacional por alrededor del 4.9%.⁸

Los ingresos mensuales derivados del turismo extranjero sufrieron una caída nunca vis-

2020),

8 Centro de Investigación y Competitividad Turística Anáhuac (CICOTUR, 2020)

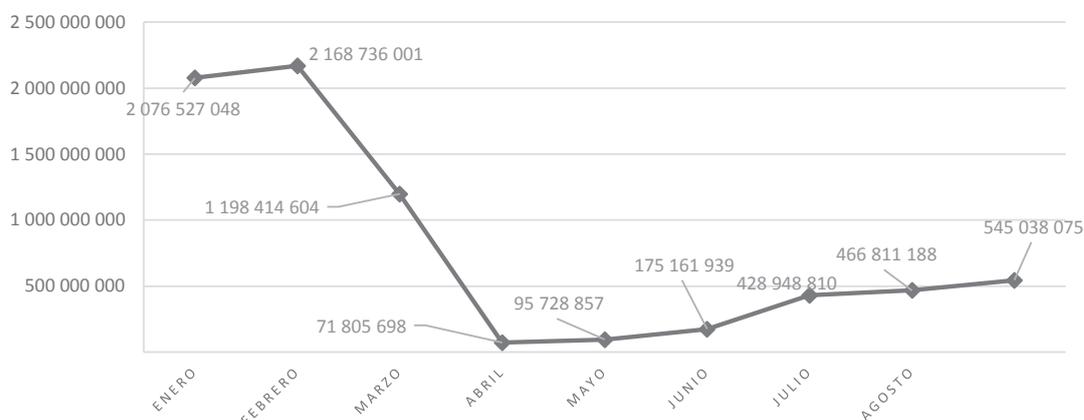
ta en el país, donde se redujo su magnitud de 2,168 millones de dólares a menos de 71 millones entre los meses de febrero y abril de 2020.

Resulta necesario destacar que la operación del semáforo epidemiológico implementado por el gobierno federal y los gobiernos estatales, así como las acciones de reapertura económica al interior del país, no comenzaron sino

a partir del mes de julio, razón por la cual se registra una leve recuperación de los ingresos (aunque sin alcanzar los niveles de principios del año), esta recuperación es promovida, más por una combinación de elementos como la mayor proporción de turismo estadounidense y la etapa de reactivación en ambos países, que por una franca recuperación.

Gráfica4

Ingresos mensuales en dólares por Turismo extranjero enero a agosto de 2020



Fuente: INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México.

4. La recuperación del sector turismo

El periodo que comprende desde la identificación del agente causal del COVID-19 y hasta la validación para el uso de vacunas en la población general ha sido de los periodos más cortos de desarrollo en la historia. La vacuna Pfizer y BioNtech pasó del concepto a la realidad en poco menos de un año, seguida por las vacunas de AztraZeneca, Moderna y Sputnik V, entre otras. Con ello, se emprendió el proceso de recuperación de la dinámica económica mundial y del sector turismo, pues la seguridad de una vacuna de aplicación general, comenzando por su aplicación a la población

vulnerable permitiría reducir el riesgo de contagio, de enfermedad grave, hospitalizaciones y saturación de los sistemas de salud que impedían a los gobiernos nacionales levantar restricciones a la movilidad.

El flujo de turistas internos e internacionales se ha ido recuperando a nivel mundial, de manera que los países más afectados y los del top turismo internacional han recuperado en distinta magnitud su actividad económica, no obstante esta recuperación sigue siendo menor a la magnitud de la crisis alcanzada en 2020, que dejó al turismo mundial con un retroceso equivalente a la dinámica turística de 1990.

Para 2021 el flujo de ingresos derivados del turismo internacional se incrementó para la gran mayoría de los países, generando un balance mundial de recuperación del 10% respecto al año 2020, lo que significa que algunos

países como España y México experimentaron un crecimiento del 87% y 80% respectivamente, mientras que otros, continuaron experimentando retrocesos importantes o estancamientos como el caso de Japón (-)56% y EUA (-)5%.

Tabla 1. *Ingresos por Turismo internacional en Billones de dólares*

PAIS	2019	2020	2021	Δ 2020	Δ2021
Total Mundial	1,486.90	546.20	602.10	-63.3	10.2
Estados Unidos	214.1	72.8	68.8	-66.0	-5.5
España	79.7	18.5	34.5	-76.8	86.5
Italia	49.6	19.8	25.2	-60.1	27.3
Japón	46.1	10.7	4.7	-76.8	-56.1
Alemania	41.6	22.1	22.2	-46.9	0.5
Canadá	28.0	13.5	13.1	-51.8	-3.0
México	24.6	11.0	19.8	-55.3	80.0

Fuente: elaboración propia información de la OMT.

En este contexto, México se convirtió en el primer país de América Latina en promover un programa nacional de vacunación, de acceso público y gratuito que llevo gradualmente a mover al turismo interno y reducir gradualmente las restricciones a la movilidad en las distintas entidades de la república.

De acuerdo con datos del Consejo mundial de turismo (WTTC) La contracción de la participación del turismo en el PIB, experimentado entre 2019 y 2020, que paso del 14% al 11%, mostró una recuperación para 2021% alcanzando el 13% lo que significa una recuperación del 23%, que si bien, sigue siendo menor al peso máximo alcanzado durante 2019, permite argumentar rasgos de recuperación. A la par, el indicador de la contribución del empleo al total de empleos experimento una variación anual positiva del 9.2% para el año 2021.

El flujo de gasto de los viajeros tanto nacionales como internacionales experimento hacia 2021 una variación positiva del 20% y 58% respectivamente.

Para 2021 México se posicionó como el segundo país con mayor flujo de llegadas internacionales, a razón de sus menores restricciones a la entrada, alcanzando a recibir más de 31.9 millones de turistas, siendo que se posiciono en el séptimo lugar en la recepción de ingresos por visitantes internacionales con 19.8 billones de dólares.

Para 2022 la tendencia a la recuperación se ha mantenido. La aplicación de la encuesta de viajeros internacionales, de turismo internacional y de viajeros fronterizos, permite argumentar que el número de turistas internacionales continua en aumento, en términos agregados en un 31% en abril de 2022

respecto a abril del 2021, donde los mayores incrementos se observaron en el flujo de turistas internacionales de acceso por vía aérea, los cuales mostraron un incremento del 90%, siendo estos el 83% del total.

En cuanto a ingreso de divisas, también se aprecia que para abril de 2022 se incrementó el 92% su magnitud respecto a los valores de por sí ya en recuperación observados en 2021, donde los turistas de internación incrementa-

ron sus divisas en un 98%, mientras que los turistas fronterizos solo presentaron un incremento del 13% respecto al año anterior. El gasto total y el gasto medio generado por los visitantes internacionales en el país, también se vio impulsado en un 88% y 48% respectivamente respecto a abril del año 2021, lo que permite mostrar avances sustanciales, pero que no terminan por generar una recuperación plena de la dinámica turística nacional.

Tabla 2. Ingreso de visitantes, divisas y gasto promedio por visitantes internacionales en México

	Tipo de turistas	Abril			Variación porcentual anual 4/	Variación porcentual anual 5/
		2020	2021	2022		
Número de turistas internacionales que ingresaron al país 1/	Turistas internacionales	775,418	2,325,824	3,067,800	199.9	31.9
	Turistas de internación	84,616	1,184,735	2,097,010	1300.1	77.0
	Vía aérea	29,420	948,509	1,809,759	3124.0	90.8
	Vía terrestre	55,196	236,226	287,251	328.0	21.6
	Turistas fronterizos	690,802	1,141,089	970,790	65.2	-14.9
Ingreso de divisas de los turistas internacionales 2/	Turistas internacionales	70.6	1,183.2	2,274.2	1575.9	92.2
	Turistas de internación	44.4	1,093.8	2,172.9	2363.5	98.7
	Vía aérea	22.1	1,018.5	2,065.9	4508.6	102.8
	Vía terrestre	22.3	75.3	107.1	237.7	42.2
	Turistas fronterizos	26.3	89.4	101.3	239.9	13.3
	Excursionistas Internacionales	59.5	94.5	136.8	58.8	44.8
	Excursionistas fronterizos	59.5	94.5	89.6	58.8	-5.2
Gasto medio por visitante 3/	Gasto medio	58.42	305.31	453.30	422.6	48.5
	Turistas Internacionales	91.09	508.73	741.33	458.5	45.7
	Turistas de internación	524.43	923.22	1,036.20	76.0	12.2
	Vía aérea	751.03	1,073.79	1,141.51	43.0	6.3
	Vía terrestre	403.66	318.65	372.75	-21.1	17.0
	Turistas fronterizos	38.01	78.39	104.36	106.2	33.1
	Excursionistas Internacionales	40.97	50.83	60.75	24.1	19.5
Excursionistas fronterizos	40.97	50.83	55.27	24.1	8.7	

Nota: La suma de los parciales puede no coincidir con los totales debido al redondeo de las cifras.

1/ Entradas

2/ Millones de dólares

3/ Dólares

4/ Variación correspondiente al mes de abril de 2021 respecto al mismo mes de 2020. NC

5/ Variación correspondiente al mes de abril de 2022 respecto al mismo mes de 2021. NC

Fuente: INEGI. Encuestas de Viajeros Internacionales.

5. Estrategias para la renovación del paradigma turístico post-covid

Los resultados de la Encuesta sobre el Impacto Económico Generado por COVID-19 en las Empresas (ECOVID IE), con información recopilada entre abril de 2020 y febrero 2021, muestra que entre el 95% y el 85% de las unidades económicas del país sufrió alguna afectación en su dinámica de negocios.

Factores como la disminución de los ingresos, la baja de la demanda y la escasez de insumos y productos afectaron, cada uno, a alrededor del 30% de las unidades económicas a nivel nacional con la puesta en marcha de las estrategias de restricción de la movilidad y distanciamiento social en México y en el mundo, donde más del 59% de ellas presentó cierres temporales o paros técnicos, los cuales gradualmente fueron normalizando su operación, reduciendo la magnitud de la afectación, hasta alcanzar un 16% del total de unidades para febrero de 2021, lo que puede entenderse como una recuperación de la actividad empresarial.

No obstante, la dinámica de los negocios se ha visto alterada profundamente, lo que comenzó como una estrategia de supervivencia de corto plazo, con la reducción de personal y la reducción de costos operativos, ha proliferado y se ha transformado gradualmente en una estrategia que tiende a renovar el paradigma de negocios basado en los aprendizajes de la pandemia, el control de la vulnerabilidad del negocio, la necesidad por mantener el margen de ganancias, incrementar las fuentes de valor y las incorporación de las nuevas oportunidades que representan las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para el teletrabajo y la profesionalización de la interacción del mercado.

Ante los efectos negativos de la pandemia en los distintos sectores económicos, el turismo y toda su cadena de valor representa uno

de los más afectados por su dependencia directa a la libre movilidad de las personas, a los flujos internacionales y nacionales de turistas en territorio nacional, no obstante, su recuperación ha sido igualmente acelerada conforme se han reducido las restricciones y se han ido completado las distintas fases del programa nacional de vacunación.

El sector turismo requiere sostener su recuperación, haciendo uso de nuevas estrategias asociadas a la superación de la crisis actual. La certificación de destinos seguros y el desarrollo de estrategias de incorporación tecnológica a la cadena de valor turística han sido tendencias de alto valor que han permitido incentivar la demanda por los destinos, a la par que permiten reducir los costos y los tiempos de adquisición y consumo en el sector.

La renovación parte de ajustar los medios de oferta turística y adecuarlos al nuevo perfil de los consumidores turísticos nacionales e internacionales post-COVID, es decir de: 1) incorporar el análisis del comportamiento de los consumidores turísticos empoderados con las TIC, quienes basan su consumo en la búsqueda de información previa en relación calidad-precio-seguridad, a la par que 2) se revolucionan los medios de integración de la oferta con el consumidor, dotando de valores nuevos los productos y servicios turísticos a un menor costo.

La revolución tecnológica ha generado que el turismo se base de manera creciente en esquemas que hacen uso de Agencias de Viaje Online (OTAs), buscadores y metabuscadores, como como Expedia, Orbitz, Booking, Hotels.com, entre otros, desplazando a las agencias tradicionales, reduciendo costos de asociados al intermediario y operador turístico, incrementando el grado de competencia basado en la comunicación asertiva con el consumidor, el aumento del margen de ganancia y la derrama económica directo en los espacios turísticos.

De igual forma, la nueva plataforma de servicios turísticos de economía colaborativa o “Sharing Economy” propone el desarrollo de oportunidades de bajo costo al sector que aplican a toda la cadena de valor, como son: el personal en línea, alojamiento peer-to-peer (P2P), vehículo compartido, finanzas P2P, entre otras, que explotan el grado de satisfacción online de los consumidores, la consolidación de lealtad y confianza al consumidor en los proveedores de servicios y los destinos turísticos.

Los sistemas de gestión tipo ERP (Enterprise Resource Planning) para la operación diaria de las unidades económicas permite maximizar el rendimiento de las inversiones, la reducción de los costos y el mantenimiento de la condición competitiva de las empresas, a la par que las tecnologías de gestión de datos funcionan como herramientas que permiten una mejor interconexión de las empresas con los sistemas de información de los proveedores; permitiendo su optimización y la implementación de sistemas como “just-in-time”, manejo de inventarios, así como la implementación de otros modelos de optimización propios de la Investigación de operaciones aplicada a los negocios.

La crisis por COVID-19 aceleró los procesos de destrucción creativa en el sector, imponiendo un entorno de alto nivel de restricciones donde los proveedores turísticos y los destinos requieren de renovarse con un enfoque de optimización de operaciones y mejoramiento de su condición competitiva. Si bien, la economía mundial, el flujo de turistas nacionales e internacionales mantiene una tendencia sólida hacia una recuperación, la caída implicó un retroceso de tres décadas, donde el consumidor mantiene cierta renuencia a incorporarse plenamente a la dinámica anterior a la crisis, por lo que los incentivos deben ser aún mayores que los existentes previamente a la pandemia.

Adicionalmente a esto, se requiere de implementar nuevas estrategias desde la integra-

ción y corresponsabilidad del gobierno, la empresa y las instituciones de investigación para el desarrollo sustentable del turismo y la seguridad de los consumidores, de acuerdo con las necesidades propias de cada actividad turística.

Se requiere de un esfuerzo por generar financiamiento extraordinario al sector, justificado en sus efectos multiplicadores y su capacidad de integración económica local y regional, no solo para superar la crisis, sino para modificar el paradigma de negocios, facilitando la liquidez, permitiendo mantener operativos los canales de proveedores y su integración con la población beneficiaria de los flujos turísticos.

Se requiere también de establecer una política de promoción y desarrollo turístico basado en la asistencia especializada de acuerdo con el tipo de actividades turísticas predominantes y por región. La regionalización y desagregación sectorial de la política permite establecer estrategias mucho más asertivas de manera focalizada y grupal que las decisiones y acciones aisladas que pudiera tener un proveedor de servicios de manera individual y sin asistencia técnica, financiera y estratégica.

La adaptación de la población mundial a la vida bajo restricciones de viaje y los confinamientos laborales (home office), que paralizaron al sector turístico casi por completo permiten también, con la reactivación del sector promover nuevos pilares de política, como son: Evolucionar la oferta turística desplazado la construcción del producto hacia lo familiar y lo confiable, restringiendo las concentraciones masivas y promoviendo turismo al aire libre. 2) Promover la Salud, la seguridad y la confianza como valor agregado de los destinos, explotando las oportunidades del turismo interno asociado a las riquezas naturales del país, descentralizando los destinos turísticos de mayor interés nacional en internacional. 3) Dar seguimiento e impulso al desarrollo tecnológico del sector, reduciendo la participación de los intermediarios y operadores turísticos. 

Bibliografía

- Ascanio A., 2004, “Turismo y desarrollo de la comunidad; un primer paso para rescatar la identidad cultural”. En revista Pasos, 157-160
- Centro de Investigación y Competitividad Turística Anáhuac [CICOTUR], 2020, “Revista Panorama De La Actividad Turística En México”, CICOTUR [En Línea]. México, disponible en: <https://www.anahuac.mx/mexico/EscuelasyFacultades/turismo/sites/default/files/inline-files/PanoramaActivTurMx27.pdf>[Julio, 2020]
- De la Torre, O., 1997, “*El turismo, fenómeno social*”. Fondo de Cultura Económica. México
- Guerrero, P & Ramos, J. 2014 “*Introducción al Turismo*”. Grupo Editorial Patria. México
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) 2020 y 2021, “Encuesta sobre el Impacto Económico Generado por COVID-19 en las Empresas (ECOVID-IE)” Ronda 3 (Febrero 2021), Ronda 2 (Agosto 2020) y Ronda 1 (Abril 2020), INEGI [En Línea]. México, disponible en: <https://www.unwto.org/tourism-flows-source-markets-and-destinations> [Junio 2022]
- Johns Hopkins University [JHU], 2020, “COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU)”, ESRI [En Línea]. Estados Unidos de América. Disponible en: <https://gisanddata.maps.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6> [Julio, 2020]
- Ledhesma, Miguel y Rivas Tello Augusta, 2017, Gestión de crisis en turismo - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires. [En Línea], disponible en: https://www.researchgate.net/publication/328393807_Gestion_de_CRISIS_en_turismo
- Ledhesma, Miguel, 2016, Periodismo turístico: muchos principios y algunos finales / Miguel Ledhesma. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires. [En Línea], disponible en: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/01/Periodismo-tur%C3%ADstico-muchos-principios-y-algunos-finales-de-Miguel-Ledhesma-PDF.pdf>
- Ledhesma, Miguel, 2018, Tipos de turismo: nueva clasificación / Miguel Ledhesma. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: OMPT. [En Línea], disponible en: https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%2C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf
- Moreno Garrido, A., 2012, “Historia del turismo: una investigación necesaria”. En Turismo y sostenibilidad: V jornadas de investigación en turismo (105-126), Sevilla: Facultad de Turismo. Disponible en: <https://idus.us.es/handle/11441/53098>
- Organización Mundial de la Salud [OMS], 2020a, “COVID-19: cronología de la actuación de la OMS”, OMS [En Línea]. Ginebra. Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/detail/27-04-2020-who-timeline---covid-19> [Julio, 2020]
- Organización Mundial de la Salud [OMS], 2020b, “Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)”, Sitio Web [En Línea]. Naciones Unidas. Disponible en: https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses?gclid=EAIaIQobChMIqIDe5pv56gIVEfDACH0HGQkFEAYASAAEgIAI_D_BwE [Julio, 2020]
- Organización Mundial de Turismo [OMT], 2020, “Tourism Flows – Source Markets And Destinations”, OMT [En Línea]. España. Disponible en: <https://www.unwto.org/tourism-flows-source-markets-and-destinations> [Junio 2020]
- Organización Mundial del Turismo [OMT], 2010, “Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008”. Naciones Unidas – OMT. Disponible en: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf
- Organización Mundial del Turismo [OMT], 2020, “Glosario de términos turísticos”. Naciones Unidas – OMT. Disponible en <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>