



# Webcast de Turismo

## Notas del evento

### Resiliencia y Reanudación

Efectos de la crisis en la industria de Turismo

---

Junio 2020



# Expositores



**Eliseo Llamazares (ELL)**

Socio Líder de Aviación y Turismo en KPMG LATAM



**Alvaro Casalins (AC)**

Socio líder de Innovación KPMG en Argentina



**Mauricio Endo (ME)**

Socio líder de Gobierno KPMG en América del Sur



**Arialdo Pinho (AP)**

Secretario de Turismo del Estado de Ceará



**Gonzalo Yelpo (GY)**

Director Legal y Asesor General Asociación Latinoamericana y del Caribe de Transporte Aéreo



**Alina Gonzalez (AG)**

Directora General de Desarrollo Turístico. Ente de Turismo. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

**Introducción:** **FR** presenta el webcast. Son tres temas (1, 2 y 3) y algunas conclusiones generales a cargo de **ELL**.

**1. ¿Cómo reactivar los destinos turísticos luego de COVID-19, para que estos sean seguros?** Buenos Aires es una ciudad importante para el turismo, principalmente para el turismo internacional. De hecho, 2019 fue récord en este aspecto, con tasas de crecimiento del 18% en el ingreso de turistas en los últimos 3 años. En ese sentido, y como ha sucedido en el resto del mundo y la región, las medidas de confinamiento pusieron un freno a este crecimiento. La reanudación de esta actividad, según **AG** será gradual, empezando por el turismo local o de cercanía (entre localidades y provincias), para luego pasar al internacional. En todos los casos, los mecanismos y protocolos de seguridad se mantendrán, esto es claro. Por lo que es importante comenzar a trabajar en estos protocolos de manera coordinada entre el sector público y privado, con manuales de mejores prácticas y la intención de disponer de “un solo protocolo estandarizado para todo el país, que sea económico y factible”, que proporcione seguridad y previsibilidad al turista. **AL** también destacó que será importante focalizar la estrategia de turismo en varias premisas importantes que serán el resultado de esta crisis, por ejemplo, la realidad y posibilidades económicas de los turistas, demanda que se verá afectada por el crecimiento del desempleo y los menores ingresos resultantes de la pandemia.

En el mismo sentido, **AP** destacó que Brasil es uno de los países más afectados por COVID-19 y que su demanda de turismo local e internacional se ha visto muy afectada. Con ello, ha caído la demanda de sectores aledaños al turismo, como los hoteles, restaurantes, centros de compras, transporte aéreo, etc. En la etapa de reanudación, se estima que comenzarán a trabajar a una capacidad mínima, por lo que la recuperación será lenta. **GY** destacó que el turismo y la aviación son complementarios, por lo que, si uno se ve afectado, el otro también. Antes de la crisis, la región experimentaba un crecimiento sostenido en materia de transporte aéreo hasta febrero, incluso con proyecciones de duplicación. Con COVID-19 el escenario cambio radicalmente, poniendo en jaque al sector de transporte aéreo y sin saber muy certeramente cómo enfrentar la coyuntura. No obstante, hay algunas medidas que se están tomando, pero estas difieren según el desarrollo del país o la región en cuestión. En Latinoamérica, los presupuestos son ajustados y las medidas dedicadas al sector turístico y de transporte también son escasas. Si bien se están tomando medidas de concientización y seguridad, el tamaño de los negocios será definitivamente menor en la etapa posterior al brote, lo que significará que las empresas dispondrán de menos recursos y una estrategia más orientada a la rentabilidad (es decir, flota reducida y mayor competencia entre destinos para atraer las inversiones de las empresas aéreas). Al mismo tiempo, las áreas de salud y los reguladores de cada país deben trabajar de manera



coordinada para establecer protocolos de seguridad, pero teniendo en cuenta la no producción de barreras adicionales que descarten ese destino de manera directa (por ejemplo, los aislamientos por 14 días de un turista al arribar a un destino determinado). La competencia de los destinos será para no quedar aislados, y esto dependerá de las medidas que tomen las autoridades de los países.

Para **ELL** la solidaridad es muy importante. Para salir de esta crisis, es necesaria la solidaridad de todas las a partes de la cadena de valor de la industria turística. Desde las agencias de turismo y las aerolíneas y aeropuertos, hasta los hoteles y gobiernos. Todos deben participar en la reactivación. Los protocolos de seguridad deben partir de los gobiernos, pero también debe haber una certificación de esas medidas para la generación de confianza de los turistas. La solución a la situación del turismo está muy relacionada al turismo local. Este será el principal impulsor de la actividad en la etapa post-COVID19. Y esto está relacionado a las capacidades económicas de las familias luego de esta crisis, ya que siempre es más accesible el turismo doméstico que el internacional.

## 2. Cómo adaptar la experiencia de viaje en la nueva realidad.

**Cadena de valor de la aviación:** **AL** sostuvo que el turismo se basa en la interacción entre personas, y que este es uno de los principales problemas que enfrenta la industria. Será clave proporcionar información clara y transparente para los turistas, y más aún ahora en materia de seguridad. De hecho, una encuesta de *Booking* encontró que en la etapa post confinamiento, las personas elegirían a Buenos Aires como el principal destino a visitar dentro de Argentina, lo que de alguna manera revela como “falso” el argumento que muchos esgrimen de que las personas buscarían evitar el contacto o la aglomeración de personas.

También destacó la importancia de promocionar otros lugares de la Argentina, que podrían ajustarse al nuevo perfil del turista. Al mismo tiempo, es importante la recolección de datos estadísticos para entender el perfil y el comportamiento de los turistas, y para tomar buenas decisiones y asignar adecuadamente de los recursos públicos a la promoción de esta industria. Finalmente, la transformación del espacio público y la capacitación del personal que trabaja en la industria también contribuyen a la oferta turística.

Para **GY** la cadena de valor de la aviación es muy dependiente de la tecnología (e invierte fuertemente en ésta). La automatización ha permitido realizar todo el proceso de embarque sin interacción con personas, y esa es la tendencia que veremos a futuro. El aeropuerto de Montevideo, por ejemplo, funciona hoy de esta manera. En cuanto a la experiencia en cabina, hay un cambio tecnológico interesante (los filtros de aire que arrojan un aire extremadamente puro). No obstante, en la etapa posterior a la pandemia nos encontraremos con prácticas heredadas de la misma. Seguramente los aeropuertos funcionarán con un mínimo de personal y una automatización creciente, en tanto que habrá restricciones de acceso al mismo (solo podrán entrar las personas que acrediten un viaje), lo cual facilitará, al mismo tiempo, el proceso de embarque, haciendo incluso más placentera la experiencia de viaje.





En el mismo sentido, **ELL** hizo referencia a la experiencia del cliente y su relación con la pirámide de Maslow. Algo que considerábamos superado, como la seguridad, ha pasado a ser el primer factor de las necesidades humanas en esta pirámide. Entonces, ¿cómo se logra hoy un turista satisfecho? Proporcionándole seguridad en su estadía. **Esta es la prioridad hoy.** La digitalización es también muy importante, pero lo es más la adaptación. Las herramientas de geolocalización, por ejemplo, que ya eran aplicada, pueden ser útiles en este contexto, para evitar aglomeraciones de personas y contagios.

Pero también es una oportunidad para crecer, ya que son herramientas que sirven en el corto plazo, pero también serán importantes en el mediano y largo plazo. Finalmente, dado que la pandemia es global, todas las aerolíneas se ven impactadas y necesitan de medidas coordinadas internacionalmente para auxilias, con protocolos unificados que no obstaculicen al sector (no pueden tenerse 50 protocolos para 50 destinos distintos).

**3. ¿Cuándo se estima se reanudará el turismo internacional?** Nadie sabe, según **GY**. El COVID llegó para quedarse, por lo que pensar que su desaparición es condición para la reanudación del turismo no es considerado algo lógico. A mediano o largo plazo, todas las personas se van a contagiar de esta enfermedad. Por ende, quedan solo dos caminos para la reactivación de esta actividad: el del descubrimiento de una vacuna o terapia o, más probablemente, el del refuerzo de los protocolos sanitarios y la seguridad que brinden. En este sentido, un mecanismo de prueba y error es necesario, avanzar y retroceder hasta lograr un mecanismo de protocolos eficiente (calibración), que minimice el riesgo de contagio y permita la reanudación gradual del turismo local, regional e internacional. Esta es la única manera.

En ese sentido, **GY estima que a partir del segundo semestre podría comenzar a verse un crecimiento en la actividad.** Asimismo, según **ELL** dentro de lo que es la industria aérea hay que diferenciar las compañías de red de las de bajo costos o low-cost, ya que el perfil de clientes es también diferente entre unas y otras. Finalmente, y por las experiencias de UE, es importante señalar que los subsidios otorgados por los gobiernos permitieron transformar destinos no turísticos a turísticos, lo que refleja la importancia del auxilio de los gobiernos en la conversión del sector y su relevancia en la fase de recuperación.