

EL TURISMO DIGITAL EN LOS TIEMPOS DE LA PANDEMIA

U. K. Krel

Universidad Estatal de Belarús, Minsk;

v.krel@mail.ru

*directora científica – O. V. Sidorévich-Stakhnova, Doctora en Ciencias
Filológicas, profesora asociada*

El presente artículo está destinado a analizar el papel del turismo digital en la recuperación del sector turístico en condiciones de la pandemia del COVID-19 tanto en España como en el mundo. La pertinencia del presente estudio se basa en la actualidad de las medidas para revitalizar el sector turismo después de las pérdidas sufridas a través de la pandemia y en el interés continuado y dinámico acerca del tema. Se destaca del resto de los estudios semejantes realizados en el campo por su enfoque tanto económico como social del fenómeno del turismo digital.

Palabras claves: sector turístico; turismo digital; crisis del COVID-19; turismo electrónico; igualdad de género.

El sector turístico es uno de los principales empleadores en el mundo. Según los datos presentados por la Organización Internacional del Trabajo de las Naciones Unidas, uno de cada diez empleos se asocia precisamente con la actividad turística. La importancia de esta contribución sigue creciendo debido a que uno de cada cinco puestos de trabajo creados durante la última década fue generado por este sector [1]. Con dichas dinámicas no cabe duda de que el sector turístico desempeña un papel crucial tanto a nivel económico como social, y tanto España como Belarús no son una excepción.

En España el turismo se corresponde directa e indirectamente con una de las actividades económicas con mayor experiencia, sensibilidad y vocación. Conforme con el INE, e.d. Instituto Nacional de Estadísticas, la actividad turística significa un 12,3% del Producto Interior Bruto del país, emplea de manera directa a 2,67 millones de personas, y genera en otros sectores 62 euros por cada 100 euros de gasto turístico [2].

Se expone en el informe “Contribución social del sector turístico español”, publicado por Exceltur, Alianza para la Excelencia Turística, que por cada 100 empleos en ramas de actividad en contacto directo con el turista, se suelen generar 67 empleos adicionales en otros sectores [3]. De esto se desprende la importancia del sector turística para la sociedad española.

En Belarús el porcentaje de la población empleada en el sector turístico constituye un 5,6%, y puesto que el turismo receptivo belaruso ha crecido en los últimos años (por ejemplo, el número de visitantes se triplicó entre los años 2011 y 2018 [4]), se pueden prever mejoramientos cualitativos a nivel económico y social.

En el contexto de la pandemia del COVID-19 el turismo internacional se vio gravemente afectado a través de todo el globo. Según el reporte creado por la ONU en agosto de 2020 [5], las pérdidas del sector turístico son las siguientes (imagen 1):

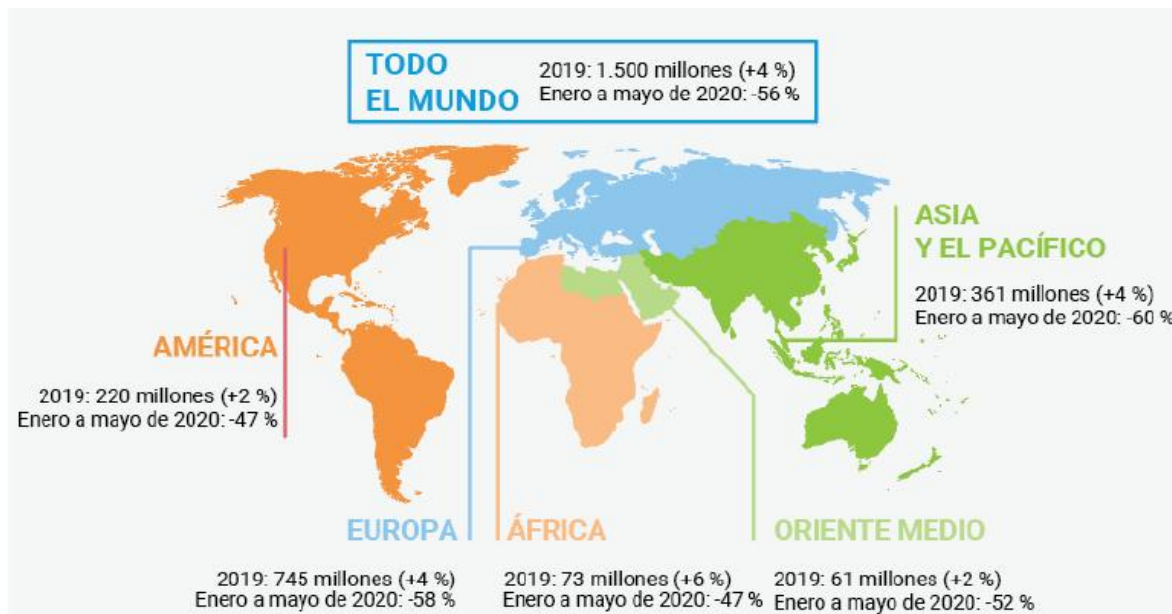


Imagen 1. Llegadas de turistas internacionales de enero a mayo de 2020 (fuente: “La COVID-19 y la transformación del turismo” [5, p. 8]).

A pesar de que el sector turístico está sufriendo por la crisis provocada por la pandemia del COVID-19 tanto en España como en otros países, varias empresas del sector han contribuido en la lucha contra la pandemia. Las iniciativas del sector turístico han tenido como objetivo cubrir las necesidades detectadas. Aunque claramente el crecimiento del sector turístico se ha visto paralizado por la crisis del COVID-19, se estima que el sector va a conservar su importancia destacable para la comunidad mundial.

En ese contexto aún se están explorando las capacidades del turismo digital o electrónico, y a continuación intentaremos revelar el concepto del turismo digital y demostrar su potencial para lograr un nuevo nivel cualitativo del turismo.

El turismo electrónico emerge como un término que implica cualquier tipo de aplicación de las TIC en el turismo, sea la digitalización del agente, los procesos o la cadena de valor en las industrias del turismo, viajes, hospitalidad y catering.

El turismo electrónico representa un cambio de paradigma como resultado de la adopción de las TIC y de internet generando oportunidades y retos para el logro de la competitividad del sector.

La innovación concebida como la concepción de nuevas ideas transformadas en una invención que se introduce a los sistemas de mercados

implica también el desarrollo de nuevos modelos de negocio. Con el constante desarrollo de la tecnología, la estructura de la industria turística se ve alterada dramáticamente requiriendo constante innovación, tanto en términos de avances tecnológicos como de técnicas de marketing, a fin de ofrecer productos diferenciados, personalizados y con valor agregado, para mejorar la posición estratégica en el sistema de valor turístico.

A un nivel estratégico el turismo electrónico pretende revolucionar todos los procesos de negocios de una cadena de valor, impactando en las relaciones estratégicas de las organizaciones turísticas con sus *stakeholders*. Sin embargo, a un nivel táctico se le considera una aplicación del comercio electrónico a través de distintas funciones como *e-marketing*, e-finanzas, contabilidad, *e-procurement*, e-producción, e-recursos humanos, entre otros, y orientado a la maximización de la eficacia de la organización turística.

Las áreas de actividad relacionadas con el sector turístico (que agrupa las agencias de viajes, transporte aéreo, transporte terrestre, alquiler de automóviles y los hoteles) acapararon el 22,7% de las compras que desde el extranjero se hicieron en webs de comercio electrónico de España [2]. Asimismo se puede afirmar que el turismo digital se convierte en un medio de recuperar el sector turístico en el país y reducir el daño económico hecho tras la pandemia.

En el escenario internacional, las múltiples restricciones de la pandemia han incentivado el turismo nacional en los países que no prohíben el desplazamiento interno, y es allí donde el turismo digital, a través de los sitios web de los destinos turísticos nacionales, puede favorecer al reestablecimiento del sector y contribuir a la economía igual que a la conciencia colectiva de los turistas sobre el país en el que viven.

Según la ONU, el aprovechamiento de la innovación y la digitalización, la adopción de los valores locales puede ocupar un lugar destacado en la recuperación del turismo [5].

Hay que tener en cuenta, sin embargo, que una vez quitadas las restricciones para reiniciar el turismo emisor, las agencias de viajes y el sector HRT deben estar preparados para un nuevo tipo de turistas, que ya no serán los mismos. Una vez que las limitaciones se reduzcan y vuelva la certidumbre, los viajeros se volverán a movilizar hacia las ventas y reservas, y lo harán reclamando una mayor flexibilidad y transparencia; harán búsquedas más exhaustivas de tarifas y comparación de precios y solicitarán posiblemente, si su situación económica ha cambiado en estos meses, mayores facilidades de pago.

La adaptación por parte del negocio a estas nuevas demandas pasa por simplificar los procesos de reserva y registro, así como flexibilizar las políticas de cancelación y las tarifas para poder transmitir seguridad a los

clientes. El cumplimiento de esos requerimientos favorecerá a la recuperación del sector turismo y creará nuevos puestos laborales que tanto se necesitan hoy en día.

Referencias bibliográficas:

1. Objetivos de Desarrollo Sostenible / Página oficial de las Naciones Unidas [Recurso electrónico]. – Modo de acceso : <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/> – Fecha de acceso : 27.03.2021.
2. Instituto Nacional de Estadísticas (página oficial) [Recurso electrónico]. – Modo de acceso : <https://www.ine.cl/> – Fecha de acceso: 21.03.2021.
3. Exceltur, Contribución social del sector turístico español / Exceltur [Recurso electrónico]. – 2020. – Modo de acceso : <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2020/11/Presentaci%C3%B3n-Jornada-RSC-Exceltur-171120.pdf> – Fecha de acceso: 19.03.2021.
4. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь (Статистический сборник) / Национальный статистический комитет РБ [Recurso electrónico]. – 2019. – Modo de acceso : <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/4dd/4dddfa122ec4e81a51daa723c5a2efb6.pdf> – Fecha de acceso : 27.03.2021.
5. La COVID-19 y la transformación del turismo [Recurso electrónico]. – 2020. – Modo de acceso : https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf – Fecha de acceso : 03.04.2021.