

## MUNDO, TRANSFORMADO?

© Ariane Janér, Glenn Jampol, Kirsi Hyvaerinen | Junio 2020  
Traducción de Marianela Camacho Fuenmayor

*Al momento de escribir este artículo (22/06/2020) hay más de 9 millones de casos de coronavirus y más de 450 mil muertes alrededor del mundo. Hay 124 vacunas en desarrollo, de las cuales 10 se están probando en humanos. En algunos países, el número de casos está disminuyendo rápidamente, en otros países parece haber alcanzado su nivel más alto, pero en otros todavía están en aumento. Muy pocos países pueden cantar "victoria sobre el virus", y esa victoria también está en peligro si no se siguen las medidas de seguridad necesarias. Los expertos advierten que puede haber olas de rebrotes, si bajamos la guardia.*

*El impacto en la economía mundial ha sido inmenso y el turismo (destinos, hoteles y restaurantes, operadores turísticos, transporte, plataformas de distribución), que depende de que las personas vayan a lugares con dinero en sus bolsillos, ha sido muy afectado. Según la OMT, el 100% de los destinos turísticos tienen restricciones de viaje. La opinión es que 2020 es un año perdido para el turismo y la recuperación será lenta e incierta.*

*Entonces, ¿qué significa esto para el turismo en general y el ecoturismo en particular? Probablemente hayas leído diversos artículos y hayas participado en muchos seminarios web. Sin embargo, lo que se necesita es una estructura que se pueda usar para ver cómo evolucionan las cosas y cómo afectan a su negocio o a su destino. Para comprender esto, tomemos el punto de vista del turista/visitante, ya que es clave para evaluar el atractivo de un destino o producto turístico.*

*Ariane Janér (Janér, 2012) de Global Ecotourism Network (GEN) utiliza una pirámide de jerarquía de necesidades adaptada de la pirámide de Maslow, que un turista utiliza consciente o inconscientemente para tomar decisiones para planificar un viaje. Y, especialmente, al prepararse para tiempos de post-COVID-19, esta pirámide puede ser muy útil para ayudar a planificar y priorizar acciones.*

*Maslow (1943) argumentó en su Teoría de la Motivación, que las necesidades de las personas tienen una jerarquía, y esto explica sus motivaciones. En la parte inferior de la pirámide de Maslow hay necesidades básicas de supervivencia y en la parte superior se encuentra la autorrealización. Aunque la teoría de Maslow tiene sus críticos, es una forma útil de ver el turismo.*

*El turismo está relacionado con la autoestima y la autorrealización. Por lo tanto, necesitamos crear una pirámide de motivación turística: ¿cuál es la jerarquía de necesidades de los turistas y cómo influye en su toma de decisiones? ¿Y cómo nos ayuda esto a analizar cómo podría ser el turismo después de la COVID-19?*

### 1) La pirámide del deseo de viajar (pre-COVID)

Viajar significa aventurarse fuera de la zona de confort, hacer un esfuerzo adicional y gastar dinero para regresar relajado, revitalizado y re-inspirado. Lo que muchos turistas también buscan, especialmente en

la era de la "pobreza de tiempo" y el "zapping", es la conveniencia, la facilidad de llegar a la experiencia que desean y aprovecharla al máximo. Con esto podemos construir una Pirámide de Motivación Turística, dividida en cuatro capas o niveles de decisión jerárquicos.

### **Nivel de Decisión 1 - Lo básico: ¿a qué distancia de mi zona de confort?**

La gente viaja por un cambio de clima, paisaje, actividad y compañía. La aventura puede ser atractiva, pero cada viajero quiere volver sano y salvo. Por lo tanto, son muy sensibles a los problemas de seguridad y salud en un destino. Los brotes de enfermedades infecciosas peligrosas como el SARS, el dengue, la gripe porcina o los ataques terroristas y los desastres naturales conducen a cancelaciones de reservas. La alta prevalencia de enfermedades como el SIDA y la malaria, el agua de mar sucia, los disturbios civiles y las altas tasas de criminalidad harán que muchos visitantes potenciales piensen dos veces antes de reservar en un destino.

Los destinos que tienen maravillosas atracciones naturales y culturales, pero que están demasiado lejos de la zona de confort de la mayoría de las personas, no reciben muchos turistas.

Si este es el caso, el destino debe centrarse primero en invertir en lo básico para su propia población y turistas. Y si el destino no invierte, el alojamiento o los operadores turísticos deberán invertir más para asegurarse de que los turistas regresen sanos y salvos. También deben saber cómo comunicar esto de manera efectiva. Transparencia con información confiable son las palabras clave en este aspecto.

### **Nivel de Decisión 2 – Accesibilidad: ¿Qué tan fácil es llegar allí y a los alrededores?**

Una vez que el turista esté tranquilo, no irá más allá de la zona de confort de lo que puede manejar, comenzará a pensar en cómo llegar y cómo moverse. ¿Cuánto tiempo y dinero gastaré para llegar allí? Esto significa tiempo y dinero del que no podrá disponer en el destino, por lo que esta pregunta es realmente importante.

Y antes de viajar, el turista necesita información para planificar el viaje. Si la información correcta no es fácil de encontrar en Internet, en una guía, a través de amigos y familiares o con un agente de viajes de confianza, ¿cómo puede comenzar a imaginar su viaje?

Los países que tienen problemas de accesibilidad deben ser realistas sobre cuántos turistas pueden atraer. Para los destinos que desean cultivar "the happy few" (pocos afortunados), los límites de acceso también pueden ser una ventaja, pero la experiencia debe ser excepcional.

Alternativamente, los destinos atractivos a los que se puede acceder fácilmente deben tener mucho cuidado al invertir en una administración sostenible si no quieren ser invadidos y estropear sus activos naturales y culturales. El Overtourism es causado por la mala gestión.

### **Nivel de Decisión 3 - ¿Qué tan buena será la experiencia turística?**

Una vez que el turista sabe que puede llegar al destino (y regresar de manera segura), el foco está en el objetivo principal. ¿Qué tan buena será realmente la experiencia? ¿Quién me puede dar o ayudar a encontrar las mejores experiencias? ¿Vale la pena el esfuerzo? En este punto, todavía existe la posibilidad de un factor decisivo: el precio (incluido el costo de llegar allí), el cual se considera que no es un valor razonable teniendo en cuenta la calidad de la experiencia.

### **Nivel de Decisión 4 – ¿Cómo mejora la sostenibilidad el factor de bienestar?**

La sostenibilidad es la nueva autorrealización. Si siente que el destino donde tuvo una gran experiencia está bien cuidado, es probable que lo recomiende a amigos o lleve a sus hijos o nietos; esto aumenta el "factor de bienestar" de los viajes. Cuando los productos turísticos son similares en el nivel de "valor monetario por experiencia", la toma de decisiones se lleva al siguiente nivel: ¿qué producto es probable que me haga sentir mejor?

La sostenibilidad a este nivel es la sostenibilidad que el visitante puede ver. Pero muy a menudo los verdaderos problemas de sostenibilidad se encuentran en la parte inferior de la pirámide. Por ejemplo, la salud se relaciona con la higiene: la higiene está relacionada con la gestión de residuos; la gestión de residuos está relacionada con la sostenibilidad de un lugar. Y la COVID-19 nos ha dado a todos mucho tiempo para reflexionar, ya sea como viajeros, destinos o proveedores de servicios turísticos.

#### **Tomando el punto de vista del turista**



Jerarquía de necesidades turísticas – En Maslow

¿Cómo podemos usar la pirámide de necesidades para comenzar a imaginar el reinicio, la recuperación y el restablecimiento del turismo?

## 2) Deseo de viajar en tiempos de COVID-19

La crisis de la COVID-19 ha arrojado una luz bastante cruda sobre la base de la pirámide. Estamos muy "incómodos" ahora. Todo se detuvo y las empresas, grandes y pequeñas, están luchando por sobrevivir, muchas personas han perdido sus empleos y el PIB mundial ha sufrido un gran golpe. Los niveles de contaminación y la intensidad de las pisadas de los consumidores han disminuido significativamente, los viajeros han desaparecido... mientras que el mundo natural parece recuperar su espacio. Pero al mismo tiempo, los cazadores furtivos y los madereros ilegales ven oportunidades.

También estamos viendo y experimentando muchas respuestas diferentes por países y regiones a la amenaza COVID-19, lo que resulta en diferentes situaciones, casos, tasas de mortalidad y disponibilidad para la apertura, y posibles olas de rebrote.

Paralelamente, hay mucho que aprender sobre el coronavirus en sí. Ni siquiera estamos seguros de cuánta inmunidad se puede tener después de la infección. Estamos a la espera de una vacuna y de medicamentos efectivos. Varios de ellos están en la fase de pruebas en humanos, y podría tomar mucho tiempo comprobar cuán seguros son, cuánto tiempo de protección ofrecerán y qué tan rápido se puede ampliar la producción mundial y la distribución justa y equitativa. Tampoco se dispone de medicamentos que puedan reducir el peor de los síntomas y disminuir las tasas de mortalidad. Otra vez, solo tenemos algunas pistas iniciales.

Las únicas medidas que podemos tomar en este momento es estar muy atentos a las medidas básicas de higiene y practicar el distanciamiento físico, incluyendo su forma más extrema, la de un confinamiento completo.

Actualmente estamos en una fase en la que los países se están abriendo, pero eso solo significa que allí el sistema de atención médica está haciendo frente a la carga de casos. Otros países también están abriendo porque están preocupados por su economía y no han logrado convencer a la población de quedarse en casa y vivir con medidas restrictivas tanto como sea posible. En ambos casos, la COVID-19 todavía puede resurgir localmente, regionalmente o en olas de rebrote más grandes.

¡Así que veamos nuevamente la jerarquía de necesidades!

### **Nivel de Decisión 1 - ¿Qué países me dejarán entrar y regresar sano y salvo?**

*A todos les encantaría viajar de nuevo, pero ¿cuándo y a dónde puedes ir?*

Por un lado, a nadie le gustaría quedarse varado lejos de su hogar o en un país que está en una crisis con COVID-19. Por otro lado, los destinos no quieren importar nuevas infecciones, por lo que, incluso si se abren, se aplicarán cuarentenas de llegada, protocolos sanitarios y restricciones de actividades.

Los turistas tendrán que investigar a dónde pueden ir y si creen que es seguro ir.

- ➔ Los viajes nacionales y regionales han comenzado a recuperarse primero.
- ➔ Los países que han tenido éxito en la mitigación de la crisis de coronavirus tienen una ventaja.

### **Nivel de Decisión 2 – Accesibilidad: ¿Qué tan fácil es llegar allí y a los alrededores?**

*¿Puedo llegar y regresar con seguridad, y qué tan costoso será? ¡Esa es la pregunta!*

Inclusive si los turistas han investigado antes de viajar, saben que las situaciones pueden cambiar rápidamente. Nadie quiere quedarse atrapado en la ruta hacia algún lugar o sentir que corre un riesgo para la salud estando en tránsito.

El transporte en aviones, trenes y autobuses implica medidas de higiene adicionales (incluido el uso de mascarillas, pruebas previas al viaje) y distanciamiento físico (menos asientos disponibles). Esto podría traducirse en el incremento de precio de los boletos, aunque las compañías se cuidarán de asustar a los clientes cuando más los necesitan.

Todas las aerolíneas tienen problemas financieros y no todas serán rescatadas. También necesitan tiempo para prepararse debido a que sus aviones han estado en tierra, deben trabajar en la capacitación del personal y ciertamente no podrán volar a tantas rutas como antes durante un buen tiempo. También deben tener cuidado con qué pasajeros llevarán y a dónde.

Por lo tanto, los futuros viajeros necesitan información certera y actualizada sobre las medidas que se tomarán para reducir los riesgos de contagio y los protocolos para su llegada. Se deben analizar también las políticas de cancelación (que deben ser muy amigables para el cliente) y revisar su cobertura de seguro.

- ➔ Los destinos que son más fáciles de alcanzar y transparentes en su situación sobre la COVID-19 y que han implementado medidas de seguridad tienen una ventaja.
- ➔ Habrá preferencia por las compañías de transporte que sean transparentes sobre sus precauciones de y medidas de higiene e informen a sus pasajeros sobre cualquier restricción o documentos adicionales necesarios para viajar a los destinos a los que sirven.
- ➔ Dependiendo del destino, puede aumentar el porcentaje de viajes individuales en automóvil y con casas móviles.

### **Nivel de Decisión 3 - Calidad de la experiencia: mejor, peor o diferente?**

*Cuando llegue allí, ¿cómo se verá afectada mi experiencia por la COVID-19? ¿Tendré que pagar más o hay descuentos atractivos?*

Inclusive si el destino está "abierto", ¿cómo afectarán la experiencia, las precauciones como el distanciamiento físico y la densidad de visitantes? ¿Los viajeros apreciarán el "espacio extra" o sentirán que no pueden "relajarse"?

En el caso del ecoturismo, que por definición es de *baja densidad*, no debería ser un gran problema. Posiblemente, la apreciación de la observación de la vida silvestre podría ser mejor, ya que los animales podrían sentirse menos "tímidos". Otro factor es que el ecoturismo podría alejar a los cazadores furtivos y ayudar a las comunidades locales que dependen de los ingresos del turismo. Sin embargo, también sabemos que podríamos transmitir el coronavirus a los animales y, por lo tanto, podríamos necesitar restricciones adicionales para evitarlo.

Y, por supuesto, ¿qué es un "precio justo" para un mundo en recesión económica? ¿Es ese un precio que un viajero estará dispuesto a pagar? ¿Y vale la pena mantener ese negocio abierto por ese precio?

#### **Nivel de Decisión 4: Conciencia de sostenibilidad: aumentada o fragmentada**

La sostenibilidad en su esencia se trata de un espacio de vida saludable para todos, lo que implica un "Planeta B" saludable. La COVID-19 puede verse como una alarma de lo que el cambio climático podría traer. ¿Pero cuántas personas han entendido ese mensaje o quieren escucharlo? Especialmente porque la interrupción del consumo no esencial también ha demostrado que los trabajos podrían estar en riesgo y esto podría generar una reacción violenta por parte de algunos contra las "restricciones" y "controles", fragmentando las acciones necesarias para garantizar un espacio de vida saludable.

#### **Tres conclusiones importantes**

**Una oportunidad para el ecoturismo** es mostrar el valor real de la naturaleza para los humanos y explicar cómo podemos caminar con más ligereza en la tierra, disfrutarla más plenamente, de manera justa y ganar mentes para la batalla más grande de restaurar ese "Planeta B", evitando lo peor del cambio climático. Agregue esta narrativa a su interpretación y asegúrese de darle un ángulo positivo.

**No hay soluciones de "talla única"**. Parece muy probable que la situación continúe durante uno o dos años y que las cosas nunca vuelvan a ser como eran. ¿Pero eso es solo algo malo? Tomemos en serio la sostenibilidad para todo tipo de turismo.

**Para estudiar tu futuro, piensa por ti mismo.** Aplique la "pirámide" a su situación y úsela para mantenerse informado sobre las cosas que necesita para sus decisiones. Si necesita ayuda con eso, le proporcionaremos una "lista de verificación" por separado. Es fácil distraerse con el ciclo continuo, a menudo abrumador de noticias. No todo es relevante, y muchas afirmaciones simplemente no son ciertas. Recuerde "Planificar o ser planificado".

A continuación listamos sitios web útiles, para ver cómo progresan las cosas:

- **COVID-19 alrededor del mundo**  
<https://www.worldometers.info/coronavirus/> (Las columnas son clasificables)
- **Noticias sobre vacunas**  
<https://www.raps.org/news-and-articles/news-articles/2020/3/covid-19-vaccine-tracker>
- **Volando, alguien?**  
<https://www.iatatravelcentre.com/international-travel-document-news/1580226297.htm>
- **Ensayos clínicos alrededor del mundo (Vacunas y tratamientos)**  
<https://clinicaltrials.gov/ct2/results?cond=COVID-19>
- **Información turística y recursos del World Travel & Tourism Council (WTTC)**  
<https://wtcc.org/en-us/COVID-19>
- **Información turística y recursos de la Organización Mundial del Turismo (OMT)**  
<https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19>
- **COVID-19 y la economía, incluyendo el turismo**  
<https://es.weforum.org/focus/coronavirus-covid-19>
- **Artículo de Ariane Janér, 2012**  
<https://uakari.mamiraua.org.br/UAKARI/article/view/135>
- **Compilación de recursos y artículos de la Dr. Anna Spenceley**  
<https://annaspenceley.wordpress.com/2020/04/02/covid-19-and-sustainable-tourism/>