

Turismo: otro récord que abre oportunidades



Una familia en Mar del Plata, anteayer en pleno feriado de Semana Santa
Crédito: Mauro V. Rizzi

2 de abril de 2018

Cada vez que se produce un boom turístico como el que acaba de registrarse este fin de semana extralargo, suelen rebatirse las evidencias con un latiguillo que tiende a minimizar el fenómeno: "Los que viajan son siempre los mismos". No importa que hayan colapsado las rutas a la costa o que llegar a Mar del Plata pudiera demorar 8 horas.

Tampoco parece importar que Aerolíneas Argentinas tuviera una ocupación total, con 39.000 pasajeros promedio por día, y que los hoteles superaran el 80% de ocupación desde Iguazú hasta Bariloche y Villa Carlos Paz. Que se haya registrado un movimiento récord de 2.170.000 turistas (460.000 personas más que el año pasado, o el equivalente a 7,5 canchas de River), que se calcula que generarán un impacto económico de unos \$6200 millones (\$2600 millones más que el año anterior, con una suba del 70%), no significa gran cosa. ¿Es así? Definitivamente, no.

El fenómeno va más allá de cuál sea el gobierno y la orientación de sus políticas. Tiene ya varios años y tiende a profundizarse. Gana capilaridad y, como anhelo, trasciende las clases sociales. Se trata de comprender la creciente implicancia que tiene el viaje para los argentinos. Y desde allí, las enormes oportunidades que genera esta nueva gran pasión nacional. Si revisamos los datos más recientes, podemos afirmar que, hoy por hoy, todo aquel que puede no lo duda: "Hay que viajar".

En 2017 el turismo fue uno de los sectores del consumo que más crecieron. Tanto dentro como fuera del país, con subas del 20% en el turismo interno y del 18% en los viajes al exterior.

En total, el año pasado viajaron fuera del país unos 12,5 millones de personas y dentro del país, unos 33 millones -en ambos casos cada salida se contabiliza como una persona diferente-. Es decir que en el movimiento turístico 7 de cada 10 viajes son de carácter local.

En la más reciente investigación que realizamos en Consultora W y Almatrends, finalizada el 17 de marzo de este año -total país, todas las clases sociales, 1000 entrevistas, +/- 3% de margen de error-, indagamos cuántos argentinos se habían ido de vacaciones durante el pasado verano.

Los resultados confirman que estamos ante una nueva dinámica que merece atención. El 42% de los entrevistados afirmó haberse ido de vacaciones. Proyectando los datos, estamos hablando de casi 19 millones de personas. Al indagar en el resto de la población, un 10% dijo que no se fue porque lo hará en otro momento, con lo cual el total que tomará vacaciones en algún momento del año es del 52%, unos 23 millones de personas. El 8% planteó que no tomó vacaciones porque prefería ahorrar el dinero, y el 5%, que no lo hizo porque este año no tenía los días necesarios. Por supuesto que hay un número importante de ciudadanos que no tomaron vacaciones porque no pudieron. El 35% señaló que no tenía el dinero requerido.

Si bien tomar vacaciones podría ser visto como un "consumo de lujo", este concepto hoy es, al menos, cuestionable. Nuestra investigación demuestra, como era de esperar, que el viaje de vacaciones es un "objeto" con mayor arraigo de la clase media hacia arriba -donde supera el 50% de "compra"- que en las clases bajas. De todos modos, aun en los estratos que tienen menos poder adquisitivo, algo más del 20% declara haberse ido de vacaciones este verano.

Habiendo dado cuenta de la estructura y la magnitud del hecho, vale la pena indagar en las motivaciones que lo sustentan.

Históricamente fue muy difícil para el ser humano anhelar aquello que desconocía. El cambio, una vez más, lo introdujo la tecnología. Desde la irrupción de Internet y, especialmente, de las redes sociales para acá, hoy todos conocen todo. Y, por lo tanto, todos quieren todo. Los deseos se vuelven cada vez más homogéneos. Aquello que antes era un lujo para pocos, hoy termina resultando accesible para muchos, y aspiracional para la gran mayoría.

En *Teoría del viaje*, el filósofo francés Michel Onfray desgrana la esencia del viajero, a quien describe como alguien que "concentra el gusto por el movimiento, la pasión por el cambio, el deseo ferviente de movilidad, la furia de la independencia y el culto de la libertad", y enuncia que "el arte del viaje induce a una ética lúdica, una declaración de guerra a cuadrricular y cronometrar la existencia".

En una sociedad que, frente a la intensidad y el vértigo de la supraestimulada vida actual incorporó la lógica *on/off* - desconectar es condición necesaria para poder conectar-, viajar adquirió múltiples significados. El viaje hoy es placer, escape, descanso, conocimiento, cultura, aprendizaje, entretenimiento, experiencias, compras, descubrimiento y contenido. "Si no se sube, no existió".

Para mucha gente, viajar no solo vale la pena, sino que además es posible. Hay múltiples opciones y se puede pagar hasta en 18 cuotas. Frente a otros bienes que también compiten por la billetera, los precios relativos se ven razonables.

No puede soslayarse que el gobierno nacional ha definido el turismo como uno de los motores del crecimiento. Su carácter federal y mano de obra intensiva se alinean con el objetivo de crear empleo en todo el país. Las provincias y municipios, oficialistas y de la oposición, tienen sumo interés en que esto suceda.

El Plan Federal de Turismo 2020 tiene como objetivo llegar a los 9 millones de turistas extranjeros -en 2017 fueron 7 millones- y a los 70 millones de turistas internos -cerramos el año anterior aproximadamente con la mitad-, creando, como consecuencia de la expansión, 300.000 nuevos puestos de trabajo. Está en marcha un ambicioso plan de infraestructura vial para mejorar rutas y autopistas. Del mismo modo, se están ampliando y modernizando 19 aeropuertos. Las aerolíneas *low cost* comienzan a ser realidad. Aerolíneas Argentinas sigue ampliando su flota. Buquebus anunció obras para ampliar la terminal de Puerto Madero y la llegada de un nuevo barco para 2000 pasajeros en octubre de 2019. El negocio hotelero volvió a activarse, con compras y nuevos proyectos en segmentos que van de 3 a 5 estrellas. Airbnb, el sitio de alojamientos particulares por Internet, ya está incorporado por la gente como una opción válida.

Todas las variables analizadas permiten extraer dos conclusiones claras. Los argentinos, como quedó demostrado en el verano y en esta Semana Santa, cada vez quieren viajar más. Toda la infraestructura del sector -privado y público, nacional, provincial y municipal- se está preparando para darles el gusto.