

OBS Business
School

Turismo en América Latina, un análisis después de la pandemia

Juan Manuel Chávez

Colaborador de OBS Business School

Agosto, 2022

Partner Académico:



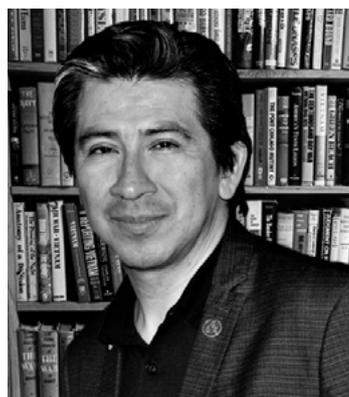
[OBSbusiness.school](https://obsbusiness.school)

Autor



Juan Manuel Chávez

Colaborador de OBS Business School



Licenciado en Literatura, diplomado en Docencia en Educación Superior y máster en Derechos Humanos, Paz y Desarrollo Sostenible. Hizo el doctorado en Lenguas, Literaturas, Culturas y sus aplicaciones en la Universitat de València (España) y gozó de una estancia en el Instituto de Literatura Hispanoamericana de la Universidad de Buenos Aires (Argentina); además, ha sido beneficiario de los Estímulos Económicos para la Cultura (Perú).

Escritor con una amplia obra que incluye novelas y narrativa breve, ensayos y cuento infantil. Ha obtenido, entre otros galardones, la mención especial del Premio Nacional de Literatura (categoría LIJ), el Premio Copé de Plata en Cuento y el Premio de Ensayo de Radio UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México). Sus libros más recientes son la novela *Cassi, el verano* (2018) y la investigación *Juan Bautista Túpac Amaru. El dilatado cautiverio* (2021).

Forma parte del claustro de la Universidad del Atlántico Medio (España) y es capacitador en la Universidad Ricardo Palma (Perú); además, colabora con la Unidad de Estudios Biográficos de la Universitat de Barcelona para investigaciones sobre el memorialismo y para OBS Business School en la elaboración de informes, el último de los cuales es *Migración pospandemia: desafíos de la cohesión social* (2022).

Índice

Capítulo 1	Introducción	5
Capítulo 2	El turismo en América Latina: antecedentes y pandemia	7
Capítulo 3	Cuestiones esenciales del turismo contemporáneo	12
Capítulo 4	Después de la pandemia, el turismo en América Latina	17
Capítulo 5	Conclusiones	23
	Referencias bibliográficas	25



Capítulo 1

Introducción

- Cinco años atrás se contaba “1.323 millones de turistas a nivel global. El sur de Europa y América Latina han registrado, respectivamente, 266,2 millones y 36,7 millones de turistas internacionales. El turismo es una máquina en continuo crecimiento” (Mansilla & Milano, 2018, pág. 65). Y llegó la pandemia, lo que conllevó un confinamiento a escala global y la limitación del movimiento local, regional y nacional. Las fronteras entre países quedaron cerradas. Y el turismo, ese tractor de las economías nacionales, conoció el estancamiento.

Ante lo que ha significado la pandemia para el turismo, es fundamental pensar el rubro en términos históricos, “el punto de inflexión está en la idea de concebir el viaje por placer en oposición a los viajes realizados por negocio, obligación, imposición o castigo y redención (Llonch, Coma, & Conill, 2017, pág. 85). Hablar de placer en medio de una emergencia sanitaria tenía mucho de insensato e indolente, en especial al comienzo de la tragedia; sin embargo, también adoptaba la dimensión de una válvula de escape para el padecimiento emocional. El turismo, desde sus cimientos y en la actualidad, suma a la reconstrucción no de la normalidad sino de la naturalidad de lo humano: partir con anhelos con la finalidad de regresar transformado.

Transformado. Y transformando. “El turista nunca podrá visitar un paisaje sin alterarlo: se trata, pues, de actuar tanto desde los órganos de gestión como desde la propia ciudadanía para potenciar los impactos positivos y minimizar los negativos” (Serrat, 2017, pág. 247). Esto, que atañe al turismo en general, adopta un valor inestimable después de la pandemia, en que se reactivan los viajes nacionales e internacionales bajo nuevos paradigmas de gestión sanitaria y frente a la masificación.

En este contexto, América Latina tiene sus propios retos para reactivar por completo el turismo en la región, el interno y el externo, el que se recibe y el que se emite. Este informe se organiza en tres capítulos que abordan, en un transcurrir temático y diacrónico, el devenir del turismo en América Latina. En primer lugar, un panorama del pasado para conocer algunos hitos del tiempo prepandémico; en segundo lugar, un repaso de los valores constitutivos del turismo en América Latina y el impacto de la emergencia por coronavirus en éstos; finalmente, las condiciones actuales y el horizonte de los desafíos más acuciantes para América Latina.

Siempre que se habla de la actividad turística, es básico recordar que “la cultura que se manifiesta en el seno de un aeropuerto es muy distinta de la que se manifiesta en el seno familiar” (Santacana & Coma, 2017, pág. 47). Por ello, este informe no se limitará a las cantidades porcentuales o las comparaciones numéricas de los movimientos aéreos, expondrá también cuestiones ambientales, urbanísticas, o gastronómicas. Así, **Turismo en América Latina, un análisis después de la pandemia** es la propuesta para comprender una región sobre la base del viaje nacional e internacional, comprendiendo la dimensión socioeconómica y humanista de la experiencia turística.





Capítulo 2

El turismo en América Latina: antecedentes y pandemia



La pandemia por coronavirus generó una situación inédita en el planeta, lo cual también fue evidente en América Latina: las personas confinadas, las calles deshabitadas y los viajes suspendidos durante meses; así, el turismo se redujo a su mínima expresión, después de años en alza y una diversificación de ofertas para los visitantes internacionales. Ahí estaban Ciudad de México sin estadounidenses, Bogotá sin españoles, Santiago de Chile sin argentinos o Montevideo sin brasileños. Ciudades vaciadas, como una taza que, en vez de ser bebida poco a poco, se derrama de golpe. Y fue un batacazo al sector del turismo, uno de los rubros con mayores limitaciones para maniobrar ante las medidas gubernamentales que intentaban hacer frente a la emergencia sanitaria.

De acuerdo con Marco d'Eramo: “El vacío nos revela una similitud simétrica y opuesta entre la ciudad turística y la ciudad que el virus ha vaciado de turistas. Muestra cuán profundamente turística es nuestra propia idea de ciudad, incluso cuando los turistas son expulsados de sus plazas. Hasta qué punto está profundamente arraigada y es inseparable de nuestra forma de vivir la urbanidad” (D'Eramo, 2020, pág. 8). Sucede que el turismo venía determinando nuestra vida en sociedad y transformando nuestras actividades productivas.

Figura 01 →

EL TURISMO Y SU IMPORTANCIA ECONÓMICA EN EL MUNDO

Fuente: Elaboración propia a partir de la OMT (2017).



Hasta antes de la pandemia, del turismo dependía el 10 % del PIB del planeta y, asimismo, aseguraba el puesto de trabajo a una de cada diez personas del mundo, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo en 2017. Para entonces, las Américas concitaban el máximo interés de los visitantes internacionales, después de Asia que tiene sus costas en el Pacífico y de Europa. Si bien América del Norte es el principal foco de atención en la región (con gigantes del turismo como Estados Unidos de América y Canadá, que destacan además por volúmenes tan significativos de movimientos internos por esparcimiento, tal como sucede en Brasil, en el otro hemisferio), el turismo internacional en América Central, del Sur y el Caribe sobrepasaba los 73 millones de personas. No obstante, “a escala de todo el continente, la apertura al turismo de los territorios sigue siendo un proceso desigual y diferenciado

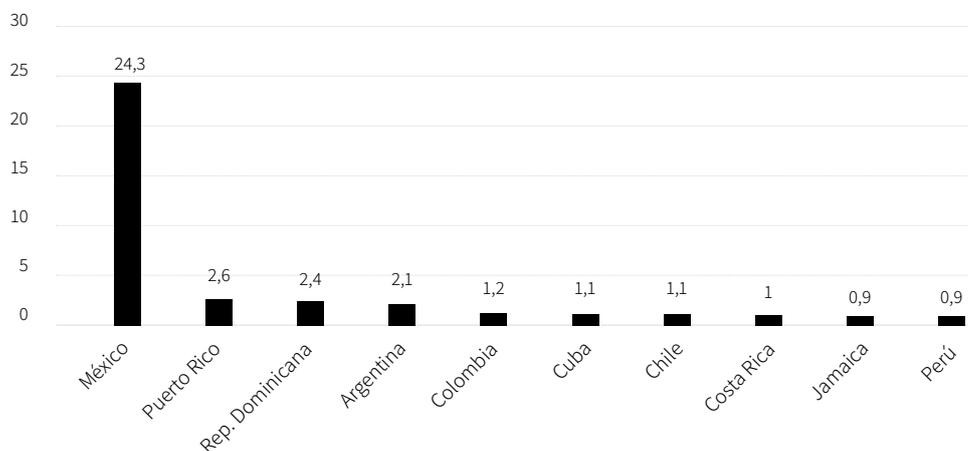
por razones geohistóricas, culturales, económicas y políticas” (Andreu-Boussut & Salin, 2018). Se hablaba de nuevos desafíos para 2019: acentuar la sostenibilidad comunal y no solamente comercial, afinar los controles de preservación ecológica, multiplicar los frentes de interés cultural, entre otros. Un escenario que comenzó a trastocarse en el segundo trimestre del año 2020.

En el ámbito mundial, las organizaciones especializadas daban noticia del peor año, desde que se tienen registros. “Las llegadas internacionales cayeron un 72 % en los primeros diez meses de 2020, con las restricciones a los viajes, la poca confianza del consumidor y la lucha mundial por contener el virus de la COVID-19” (World Tourism Organization, 2020). Aunque el planeta estaba casi paralizado, lo cierto es que ese “casi” no era ínfimo; apabullante como fue la caída del turismo, jamás tocó fondo porque en la actualidad el viaje por esparcimiento está incorporado en la manera que tenemos de interpretar la vida.

Y en el caso concreto de las Américas, ninguna subregión cayó tanto a inicios de la pandemia por coronavirus como el Caribe, a efecto de las rigurosas restricciones del tráfico aéreo para su condición insular; aunque en el transcurso de 2020 se remontó el quiebre económico hasta rozar el 40 % de lo recaudado en 2019: “los ingresos por turismo pasaron de 58,4 a 24,5 millones de dólares estadounidenses” (Statista Research Department, 2022). Sin embargo, los números no son mejores en Centro y Sudamérica; por ejemplo, en el caso del Perú, que en 2019 atrajo a unos 4.300.000 de visitantes internacionales con Machu Picchu como eje supremo de interés global, al año siguiente pasó a recibir la quinta parte. Es así que, solamente un tercio de los países de América Latina y el Caribe lograron captar más de un millón de turistas en 2020. Por otro lado, México fue el país que sufrió el menor impacto, sobre todo por el flujo de estadounidenses; tanto así, que recibió casi diez veces más visitantes internacionales que el segundo de América Latina: Puerto Rico, un estado de la Unión, que consiguió superar los dos millones y medio de personas.

Figura 02 → MILLONES DE VISITAS INTERNACIONALES EN 2020

Fuente:Elaboración propia a partir del portal Statista (2022)





Al año siguiente, el panorama para las Américas fue cambiando. De acuerdo con el barómetro de la Organización Mundial del Turismo del primer semestre de 2021, las Américas es la región con la menor caída de visitantes internacionales: hay un registro de -72 %; esto es, después de África, Oriente Medio, Europa y Asia Pacífico, donde el desplome alcanzó el 95 %. El mundo, en 2021, seguía con las incertidumbres de ámbito sanitario y mantenía sus reservas para emprender los viajes de esparcimiento. El barómetro señalaba el valor que tuvo el desarrollo de las vacunas y las campañas en torno a ellas para restablecer la confianza de la población mundial, mientras que se lamentaba “la falta de coordinación en los protocolos de viaje y salud como el principal obstáculo para la recuperación del sector” (World Tourism Organization, 2021).

Tal como en 2020, al año siguiente “México es el país en América Latina que menos se ha visto afectado por su cercanía con Estados Unidos y el ambiente más permisivo en protocolos de bioseguridad” (Banco de Desarrollo de América Latina, 2021). Este horizonte en el norte del gran continente es muy diferente al de Centro y Sudamérica: la captación de visitantes de la primera no cayó como la segunda, siendo esta última la que más está padeciendo para su recuperación. A la falta de coordinación entre gobiernos para los viajes internacionales, mencionado líneas arriba, se añaden las problemáticas por las restricciones divergentes y reanudadas una y otra vez de un territorio nacional a otro: disposiciones, trámites y hasta condiciones de vacunación distintas han ralentizado la reactivación del turismo.

Sucede que, hasta antes de la pandemia, Euromonitor Internacional en su informe sobre Latinoamérica proyectaba que “tres grupos bien claros de consumidores se muestran como los que tienen mayor tendencia a crecer en los próximos años: viajeros de más de 50 años, trabajadores autónomos y mujeres solas o con poder de decisión” (Borges, 2017). Si un crecimiento extra del turismo en la región dependía de los movimientos internacionales de los

adultos mayores y de la tercera edad, que fue el colectivo más vulnerable ante el coronavirus; de aquellas personas que no tenían un salario asegurado mes a mes, para quienes la economía estuvo en máximo riesgo durante los confinamientos; y de ellas, que vieron acrecentadas sus ocupaciones con el núcleo familiar en casa y arrebatado su tiempo personal, Latinoamérica ha sido el lugar del mundo donde los pronósticos colisionaron contra una realidad adversa.

A todo esto, ¿cuáles son las expectativas de los turistas en América Latina?, a fin de vislumbrar los niveles de recuperación después de la pandemia. De sur a norte, dominan el interés por los paisajes y la aventura, la búsqueda de sol y la experiencia de verano, la dimensión histórico-cultural y los contrastes vivenciales de lo urbano frente a lo rural, con una perspectiva ecologista en alza; además, la oferta gastronómica y enoturística; finalmente, la oportunidad de registrar el instante personal o grupal ante un icono mundial que es naturaleza o arquitectura o símbolo como el Pão de Açúcar en Río de Janeiro, las pirámides en la Riviera Maya o la escultura de Botero en Cartagena.





Capítulo 3

Cuestiones esenciales del turismo contemporáneo



De acuerdo con Rodolfo V. Bertencello, “la «mirada turística» jerarquiza y torna visible lo que observa y usa, al mismo tiempo que degrada e invisibiliza lo que no es objeto de su atención” (Bertencello, 2018, pág. 182). Jerarquizar, visibilizar y usar conforman un campo semántico poco amigable; por tanto, el autor advierte sobre los riesgos del quehacer turístico para las sociedades que se abren a los visitantes. ¿No está acaso degradado ese tramo de cinco kilómetros entre el Aeropuerto Internacional Rafael Núñez y la ciudad amurallada de Cartagena de Indias? Bertencello ilustra, así, las tensiones entre las expectativas ajenas y las experiencias ofrecidas, con desafíos que van de lo rural a lo urbano.

El turismo en América Latina ha estado determinado por focos de interés tan visitados como explotados, de tal modo que solo unas cuantas ciudades son las que generan una poderosa atracción de los visitantes internacionales. Tradicionalmente, los polos han sido Sao Paulo, Ciudad de México y Buenos Aires, que además son las ciudades en que es mayor el gasto de los turistas por su amplia oferta de esparcimiento, cultura y posibilidades de negocios. Los modelos de concentración y centralismo que imperan en Latinoamérica impactan en la distribución del turismo en la región, todo lo cual discurre hacia una problemática elemental: el acceso al trabajo. En el caso de Latinoamérica, hay que tener “en cuenta el promedio de 2,05 empleos indirectos generados por cada empleo directo detectado” (Ceupe Magazine, 2021). El turismo y su efecto multiplicador, siempre que se fortalezcan nuevos escenarios para vivir la experiencia del viaje internacional como Guayaquil en Ecuador, Antigua de

Guatemala o Iquitos en el Perú; esto, que está en escala continental, suceda también al interior de las ciudades: “Las tendencias actuales en gestión turística urbana empujan a las ciudades a crear nuevas centralidades turísticas alejadas de los focos de más presión con el objetivo de diversificar los espacios y poner en valor otras zonas con alto potencial” (Imbert-Bouchard, 2017, pág. 133).

El turismo modifica los territorios donde se instala y desarrolla, ya sea la ciudad o el campo, incluso esa isla semidesierta a donde se llega en condición de aventurero. Así, con su prosperidad, el turismo modifica las formas del intercambio económico y el tejido laboral. Lo cierto es que, “mientras los estudios turísticos han sido lentos a la hora de entender la total turistificación de los paisajes urbanos, de la misma manera, los estudios urbanos han sido muy lentos en reconocer la importancia de la expansión del turismo en muchos de los problemas que también enfrenta” (Fletcher, 2018, pág. 15). Hay ciudades de América Latina que, comprometidas con sus proyectos turísticos, se encaminaron a resolver los conflictos que aquejaban a su ciudadanía, como la violencia en Medellín o la pacificación de las favelas en Río de Janeiro. Urbes tentaculares como Ciudad de México o Buenos Aires han afirmado su multipolaridad y están hiperconectadas a sus respectivas inmensidades. Y también está el envés de todo desarrollo, como se ejemplifica en torno a Valparaíso: “el Estado, en todos sus niveles, el sector privado, instituciones supranacionales y actores locales confluyen asimétricamente en la construcción de la gobernanza de la ciudad, donde las coaliciones entre los más dominantes configuran los lineamientos que dan a la regeneración de Valparaíso una expresión desigual” (Caimanque, 2018, pág. 393). La injusticia social, ese tema de fondo en Latinoamérica.



En América Latina, las ciudades ofrecen una experiencia de trazado virreinal y de propuesta museográfica diversa que, con el paso de los años, ha pasado de reivindicar el legado de los pueblos originarios a colocarlos en el centro de la atención. La cultura, que puede ser libresca y literaria como en la Aracataca de García Márquez o la localidad de Isla Negra por Pablo Neruda, que puede ser musical con emblemáticos festivales, es eminentemente gastronómica en la región desde el Barrio Viejo de Montevideo hasta Querétaro o Tijuana. Y es así que, junto con la propuesta gourmet de afamados restaurantes, marcados por el refinamiento y la experimentación, también se afianza una búsqueda de lo popular por parte del turista.

“La gastronomía es un recurso vivo en cuyo proceso de patrimonialización es inevitable la pérdida de características originales, pero el encuentro entre las influencias y la conservación de aquello genuino y que lo hace diferente puede ser la clave para que la gastronomía siga siendo un elemento identitario” (Pla, 2017, pág. 264). Frente a una bandeja paisa, un platillo de mole o un ceviche muy picante, sobreviene el debate de la autenticidad. En este sentido, los mercados de interés turístico, a mitad de camino entre su rol para la comunidad y su imagen para el visitante internacional, sintetizan la oportunidad de vivir lo originario como el recorrido de una ciudadela azteca o la contemplación alelada de un moái en la isla chilena de Pascua. La diferencia es que, con la comida, la experiencia se ingiere. Nutre, literal y metafóricamente.



Esta aspiración con la comida, que es consustancial al itinerario turístico, es una actitud cada vez más extendida del viajero; “frente a la seducción de la junk food o comida basura que se ha universalizado, se hizo a la par un culto de la identidad regional caracterizada por valores intangibles como la calidad alimenticia, el respeto medioambiental, la tradición artesanal o la identificación con un determinado modo de vida” (Vernet Saureu, 2010, pág. 225). Acumular anécdotas que tenga el aroma de lo auténtico y un sabor que remite a lo originario.

Latinoamérica está determinada por sus culturas originarias. Cosmovisión, artes, idiomas, construcción, destrucción. Latinoamérica es la experiencia de recorrer los vestigios de un pasado que es anterior al contacto avasallador del mundo occidental. El continente ofrece un doble viaje: al desplazamiento territorial se le añade el temporal, con lo cual la traslación se da hacia otra órbita de la cultura. Este valor es un diferencial vigoroso que, con todo, no ha magnificado los flujos turísticos hacia el Perú, por ejemplo, en los volúmenes que consigue México, en virtud de su vecino del norte.

Asimismo, Latinoamérica está definida por su geografía, sobre todo la más agreste y también distinta como es la Amazonía; en este territorio, que abarca mucho más que Brasil, confluyen los imaginarios de lo exótico. El turismo de aventura tiene ahí las posibilidades de enfrentarse a lo inmenso, lo ingobernable, lo insospechado. Publicaciones turísticas como el clásico de Gilles Davies evocaban: “Sudamérica, como un panal de abejas en plena ebullición formado por numerosas naciones. Brasil es la más extensa y, de hecho, más de la mitad del territorio y los habitantes del subcontinente americano son brasileños” (Davies, 2009, pág. 7). Y el horizonte es el desierto o la montaña, con picos nevados que aguardan por sus escaladores, o playas de arena blanca para no hacer nada más que absolutamente nada ante el mar Caribe. El ámbito rural, preservado con clarividencia, o el paisaje natural, convertido en espectáculo para los sentidos. Es así que, bajo el ritmo vertiginoso de las nuevas tecnologías y las redes sociales, el viajero percibe que su experiencia está incompleta con limitarse a visitar esos recodos alejados de las grandes capitales nacionales, lo suyo también consiste en dejar testimonio del paso por ahí: las palabras y sobre todo las imágenes, cada cual más creativa o excéntrica.

Desde el siglo XX, Roland Barthes advertía: “La necesidad incesante de autenticar lo «real»: la fotografía (mero testigo de «lo que ha sucedido ahí»), el reportaje, las exposiciones de objetos antiguos (una buena muestra sería el éxito del show Tutankamón), el turismo acerca de monumentos y lugares históricos” (Barthes, 1994, pág. 185). Lugares como el salar de Uyuni en Bolivia se han convertido, a raíz de la fascinación lúdica con que son visitados, en versiones fotográficas de una existencia que es encuadrada para una comunidad virtual que las consume, toma a toma.

Sin embargo, la pandemia devastó buena parte de lo que implican las visitas históricas, las agendas gastronómicas, las exploraciones en la naturaleza o las vinculaciones con las culturas locales. Los viajes transoceánicos, internacionales y nacionales era un sueño en medio de la pesadilla. A la pregunta de cómo se viene sacudiendo Latinoamérica de este embate, toca adelantar una reflexión: “El turismo dinamiza y tiene fama de aguantar cuando todo lo demás falla, pero esta vez nos ha arrastrado a todos. Si las crisis futuras van a ser como estas, es mejor encontrar un plan B”¹ (Aymerich, 2021, pág. 148).

1. Traducción propia del catalán al castellano.

Un apartado diferente e insólito de los viajes internacionales en medio de la emergencia por el coronavirus fue el turismo vacunal desde América Latina, que conllevó los desplazamientos de personas con alta capacidad adquisitiva o de relativo endeudamiento por asegurarse una primera o segunda dosis en ciudades de los Estados Unidos de América, cuando todavía eran incierta la fecha para el inicio de las campañas de vacunación en los diversos países de la región. Así, la noción de esparcimiento a la que está ligada el turismo fue permeable a un sentido de urgencia médica y de privilegio por conseguir un bien de carácter universal.

Decía el secretario general de la Organización Mundial del Turismo: “Esta crisis nos da la oportunidad de replantearnos cómo ha de ser el sector turístico y su aportación a las personas y al planeta; la oportunidad de que, al reconstruirlo, el sector sea mejor, más sostenible, inclusivo y resiliente, y que los beneficios del turismo se repartan extensamente y de manera justa” (Pololikashvili, s.f.). En suma, la pandemia por coronavirus forzó una serie de transformaciones en los países de América Latina que sientan las bases para una renovación que debería continuar: servicios de transporte público, alojamiento y alimentación que prestan mayor atención a la salubridad, todo lo cual conlleve una mayor seguridad y confort.



A woman with long brown hair, wearing sunglasses and a dark green backpack, is looking towards the left. She is standing in front of ancient stone ruins, likely Mayan or Aztec, with lush green trees in the background. The scene is bright and sunny.

Capítulo 4

Después de la pandemia, el turismo en América Latina



Un experto de la Universidad de Buenos Aires, consultado por la Agencia EFE, proyectaba una veloz recuperación del turismo en 2022 : “fuimos midiendo durante los peores momentos de 2020 y 2021 dos variables: qué estaba sucediendo con el ingreso de las personas y si el ahorro que se estaba generando se destinaría al turismo interno o hacia el exterior. Esto nos dio datos muy interesantes” (Amaya, 2022). De acuerdo con Pablo Singerman, un sector de la población venía acumulando un porcentaje de su dinero, sin mayores esparcimientos que permanecer en su lugar de residencia o dentro de casa, exclusivamente. A la postre, serían personas ávidas por viajar y con recursos para hacerlo, todo lo cual se complementa con una necesidad de estar en otro sitio como imperativo emocional y corporal; además del anhelo por los reencuentros con la gente querida en el extranjero e incluso las posibilidades que brinda el trabajo remoto o las vacaciones que se acumularon bajo las rutinas de los confinamientos. A lo mejor es cierta esta frase enigmática y bella: “Soñar con un destino es obedecer al mandato que, en nosotros, expresa una voz extranjera” (Onfray, 2016, pág. 26).

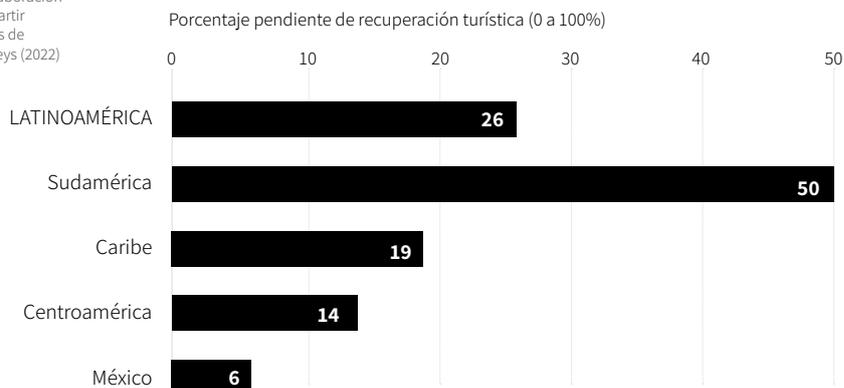
Asimismo, estos viajes de 2022 en adelante mantendrían los paradigmas de la sostenibilidad, entendida como una modalidad de turismo que intenta ser respetuosa con los entornos naturales y las condiciones urbanas de los focos de atracción que se visitan, y de la tecnología, tanto para garantizar la seguridad como para acceder a boletos o reservas de alojamiento y contar con esa hiperconectividad que favorece los recorridos. A estos dos paradigmas, se añade otro: “Sostenibilidad, tecnología y homologación en los procedimientos fueron algunos de los puntos clave de la edición número 21 de la Cumbre Mundial del Turismo del WTTC” (Castaño Carmona, 2022). Reunidos en Filipinas, los líderes del turismo mundial y representantes de múltiples gobiernos coincidían en la necesidad pospandémica de un registro, comprobación y equivalencia para el tratamiento de documentación, a fin de facilitar los viajes nacionales e internacionales.

Y es así que, en el primer trimestre de 2022 y bajo el “escenario de recuperación global de hasta el 41 % de los viajes internacionales (-59 % respecto a 2019), las Américas están 39 % abajo y América Latina y el Caribe solo 26 %” (Análisis de ForwardKeys, 2022). La región va remontando lo sucedido en 2021 y 2020, aunque con notorias diferencias entre sus diversos países.

Figura 03 →

DESEMPEÑO DE LOS VIAJEROS INTERNACIONALES EN LA REGIÓN

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de ForwardKeys (2022)



Tal como México estaba muy cerca de normalizar sus vuelos internacionales y, con ello, el flujo de turistas extranjeros y de visitantes atraídos por múltiples razones, Sudamérica se encontraba a la mitad del camino por completar el desafío de la recuperación, todavía muy por debajo de la media continental. El hecho es que, transcurrido el primer semestre de 2022, con restricciones más flexibles y campañas de vacunación que jamás dejaron de prosperar, destinos como Lima y Cusco, Santiago de Chile y Buenos Aires, además de São Paulo en el sur, atraen a los viajeros como lo hacen Punta Cana y Ciudad de Panamá, Cancún y Tulum, además de Ciudad de México en el norte. Estas son, a julio del año en curso, “las diez ciudades más visitadas de Latinoamérica” (QPASA Staff, 2022).

Enfocados en América Latina, tres son los tipos de visitante pospandemia en la región: quien, preferentemente desde Estados Unidos de América y Europa, busca la experiencia de verano en costas del Caribe, con la inmersión en la naturaleza y cierta dosis de aventura; quienes buscan las diversas experiencias de lo cultural y lo gastronómico, incluso, bajo la estela de un turismo urbano que es exigente y está muy dispuesto a gastar en sus vacaciones: el confort como aspiración; quienes buscan conectar con las raíces de los pueblos originarios del continente y vivenciar lo autóctono. Entonces, los viajes internacionales a Latinoamérica, después de las emergencias sanitarias por el coronavirus, tienen su base en el esparcimiento y el conocimiento, la cultura en sus múltiples alcances y el paisaje como elemento vital.

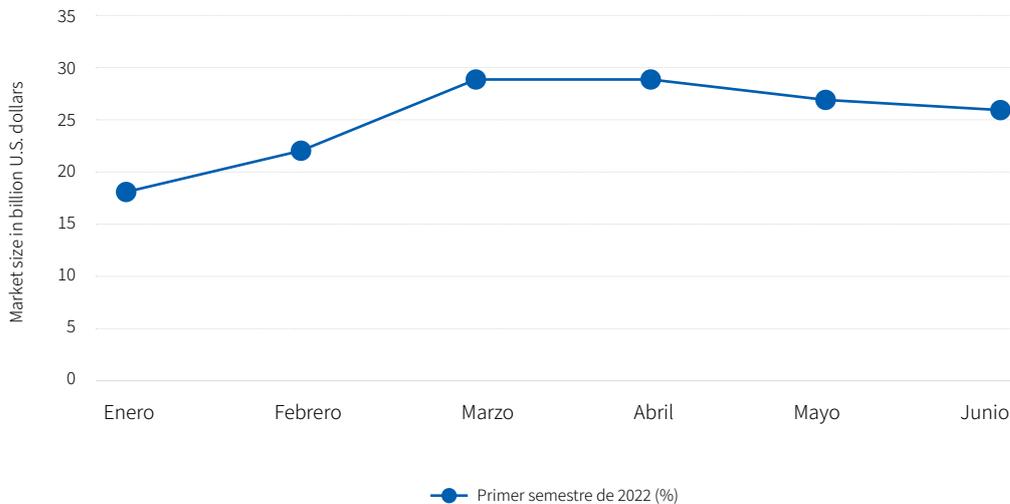


El impulso en 2022 se sustenta en las valoraciones internacionales del año previo. Por ejemplo, en los casos de “Perú, Chile y Ecuador. Estos tres países de América Latina han sido escogidos como los mejores destinos turísticos mundiales en distintas categorías en los World Travel Awards” (Redacción BBC News Mundo, 2021). El primero como mejor destino culinario y cultural, el segundo como mejor destino de aventuras y el tercero como mejor destino ecológico. A todo esto, se suma la condición de la ciudad de Montevideo, que despunta como turismo emergente. Al respecto, cabe precisar que “el aumento mundial de turistas de las últimas décadas ha hecho de Uruguay un destino destacado en la región. Fuertemente supeditado a las fluctuaciones políticas y económicas de Argentina y Brasil, sus dos principales mercados emisores” (Yanes, 2018, pág. 439).

Aquello que afirmaba Sergi Yanes encuentra su correlato, después de la pandemia, con el informe que hizo Booking.com sobre el anhelo de los latinoamericanos: “Un 73 % de los argentinos y un 75 % de los brasileños está de acuerdo y dice que va a decir que sí a cualquier oportunidad de viajar que se les presente, si el bolsillo lo permite. Para el 57 % de los peruanos y el 50% de los mexicanos y colombianos que estuvieron ahorrando cada centavo sin irse de viaje desde el comienzo de la pandemia” (Redacción Caribbean News Digital, 2022). Lo que respecta a brasileños y argentinos aportaría a la realidad de las proyecciones sobre el flujo de viajeros al Uruguay, por cercanía territorial y tradición turística. No obstante, cabe recordar que en Argentina el turismo interno alcanzó su cifra más alta en una década, a inicios de 2022; esto, que es una buena noticia, tiene su explicación en las restricciones para la compra de dólares y las dificultades para sustentar la ida al extranjero. Si la cuestión es la disposición a viajar, en líneas generales ésta es mayor que hace dos años y medio, pues de enero a febrero en 2020 esta fluctuaba entre los 13 y los 16 puntos.

Figura 04 → **DISPOSICIÓN A VIAJAR EN LAS AMÉRICAS**

Fuente: Elaboración propia a partir de UNWTO (2022)



Si bien el viajero latinoamericano comienza sus aventuras internacionales en los países de la región con destinos en Santiago de Chile, Río de Janeiro, Buenos Aires, San Andrés, Cusco y Cancún, tanto por la proximidad, el idioma en común y costos más asequibles; a fines de la pandemia prosperó la inclinación hacia el recorrido europeo: ciudades como Londres y París, Barcelona y Madrid; esta última, por supuesto, a raíz de los “vuelos regulares con la mayoría de países de América Latina y el Caribe, lazos familiares con los viajeros y múltiples conexiones aéreas con el resto de Europa” (Rodríguez, 2021).

Son tópicos del mundo contemporáneo la oposición entre el viajero y el turista, donde el primero encarna la esencia del movimiento humano y el desdén por las fronteras, en desmedro del segundo; tal como sucede con esa otra dicotomía entre el turismo y la migración. Sin embargo, Marco d'Eramo recuerda que “buena parte de la emigración moderna se ha dado, y se sigue dando, bajo la forma turística: turistas que se saltan el permiso de residencia o el visado de turista y se quedan a trabajar en el país que «visitan»” (D'Eramo, 2020, pág. 293). La salida de turistas desde América Latina también ha conllevado esta figura híbrida: las personas que viajan y, tras sus visados de esparcimiento, se instalan para buscarse la vida lejos del sur o al otro lado del Atlántico. Así es como partieron de sus tierras los peruanos o ecuatorianos, como emprenden el camino aéreo los nicaragüenses y hondureños, los venezolanos y colombianos. Cuestión particular es la de México respecto a los Estados Unidos de América, por un trasfondo de asimetrías: se acoge al turista del norte con una inmensidad de servicios y se viaja por conseguir un empleo que, a la postre, también puede implicar labores de servicio. Turismo y migración no se oponen, a menudo se permutan.



En la actualidad, además de los anhelos de viajar desde América Latina, los países de la región continúan en la tarea de reconstruir las condiciones para recibir visitantes extranjeros, incluso bajo políticas de Estado como lo realizado en Brasil, con su plan nacional *Turismo seguro*, o los diagnósticos de escala nacional y comparativa, como el documento de trabajo *Impulsando la recuperación del turismo en Colombia*. Así, “Costa Rica, República Dominicana, México, Colombia y Brasil” (La Cruz Hernández, 2022) ocupan titulares en la prensa por recuperar el turismo internacional.

La pandemia dejó una serie de lecciones que impactan a la hora de percibir el turismo del presente y el futuro; por un lado, que seguirán cotizando al alza los sitios despoblados, aquellos que conjuguen la experiencia de lo natural y lo cultural, pero que desde el glamour o lo rústico eviten el contacto masivo. Esto es algo en lo que destaca América Latina, con inmensos territorios para el aprovechamiento turístico en las selvas, las punas y las pampas, incluso en los desiertos y sus planicies.

Ahora bien, el turismo venía cambiando desde antes de la pandemia con las posibilidades de planificar el viaje sin el auxilio o la necesidad de una agencia; la oferta de habitaciones o viviendas de alquiler, en vez de un alojamiento de hotel; incluso la proliferación de las líneas aéreas de bajo coste pero con las preocupaciones del trato personalizado; sin embargo, hay un tipo de oferta en el mercado que todavía no se ha desarrollado y que parece crucial después de la emergencia por el coronavirus: un servicio que garantice no solamente la llegada al lugar de destino sino, sobre todo y bajo cualquier circunstancia, la seguridad del regreso a casa. “Volver a es también venir de. En este caso, recuperar el intervalo de ida, pero con otro estado de ánimo” (Onfray, 2016, pág. 108). Pues bien, la gestión diferencial puede ser aquella que haga posible la vuelta, contra toda dificultad.





Capítulo 5

Conclusiones



La pandemia no dejó herido de muerte al turismo, pero sí consiguió debilitarlo. Y este regreso conlleva varios retos que es necesario afrontar con la máxima responsabilidad y seriedad. En primer lugar, lo que atañe a las retribuciones monetarias y simbólicas de las personas que dedican su vida laboral a este rubro. “A pesar de ser cierta la afirmación de que el sector turístico es un gran creador de empleo, hay que reflexionar también sobre el hecho de que esta ocupación es, en ocasiones, de muy baja calidad. Y este juicio de valor hace referencia tanto a la retribución salarial, en ocasiones por debajo del umbral de la dignidad (concepto de difícil delimitación) como a las condiciones de trabajo y la precarización de los propios contratos” (Casanovas, 2017, pág. 141). La crisis extendida, a raíz de la emergencia por coronavirus, tendría que ser el punto de inflexión para superar las fragilidades e inseguridades en las ocupaciones vinculadas directa e indirectamente con el turismo. Rescatar de lo dramático de los confinamientos una convicción estatal, empresarial, social e individual en favor de acuerdos siempre justos e íntegros para la gente especializada en brindar un servicio, que va desde la acogida al forastero hasta el conocimiento compartido.

Cierto es que seguirán aumentando las exigencias de los turistas, quienes se desplazan de un territorio a otro con una conciencia social y ecologista que debe ser procesada por los operadores y servicios turísticos. Esto implica, saltar a una madurez de gestión que atañe no solamente a satisfacer el placer de quien viaja o cumplir con las expectativas del esparcimiento; hablamos de personas que pagan por una experiencia múltiple que va del paisaje a la obra de arte, la bebida convencional y el platillo asombroso; en suma, potenciar el valor diferencial de la cultura, a fin de que nadie quede inconforme. América Latina como la región que es capaz de mostrar y ofrecer la magnitud de su

belleza, dinamismo, profundidad histórica bajo parámetros de compromiso que abarcan lo ambiental, lo humano y el patrimonio.

Por todo esto, en América Latina se debe tener presente que las marcas turísticas que definen y representan a un país e, incluso, a una capital o una ciudad en particular, deben potenciar sus rasgos inherentes y originalidad con nociones de responsabilidad social. Reconquistar y fijar el flujo turístico, bajo la amalgama de lo autóctono y lo global con una visión de sostenibilidad en diversos ámbitos. Y tal como antes de la pandemia hablábamos de “los principios de calidad, flexibilidad, desarrollo integrado en el entorno, atención personalizada al cliente e innovación” (Torres, 2017, pág. 121), este es un enfoque que mantiene su vigencia en la actualidad. El turismo, entonces, como una oferta diversificada que alcanza a ser significativa para quien la vive, provee de recuerdos que se atesoran y deja una huella en la identidad.



Referencias bibliográficas

- 1.** Amaya, L. A. (16 de 7 de 2022). El turismo da signos de recuperación en América Latina tras el golpe de la covid-19. Obtenido de Agencia EFE: <https://www.efe.com/efe/america/economia/el-turismo-da-signos-de-recuperacion-en-america-latina-tras-golpe-la-covid-19/20000011-4851852>
- 2.** Análisis de ForwardKeys. (14 de 3 de 2022). LATAM y el Caribe siguen liderando la vuelta de los viajes internacionales. Obtenido de Hosteltur: https://www.hosteltur.com/lat/150490_latam-y-el-caribe-siguen-liderando-la-vuelta-de-los-viajes-internacionales.html
- 3.** Andreu-Boussut, V., & Salin, E. (16 de 11 de 2018). El turismo en las Américas: territorios, experiencias y ¿nuevos desafíos? Obtenido de Idées d'Amériques: <https://journals.openedition.org/idees/3187>
- 4.** Aymerich, R. (2021). La fàbrica de turistes. Barcelona: Raval Edicions.
- 5.** Banco de Desarrollo de América Latina. (6 de 8 de 2021). Los desafíos para reactivar el turismo en América Latina. Obtenido de CAF: <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2021/08/los-desafios-para-reactivar-el-turismo-en-america-latina/>
- 6.** Barthes, R. (1994). El susurro del lenguaje. Barcelona: Paidós.
- 7.** Bertonecello, R. V. (2018). Turismo: expectativas, conflictos, contradicciones. La ciudad de Buenos Aires como destino turístico. En C. Milano, & J. A. Mansilla, Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos (págs. 155-187). Barcelona: Pol-len Edicions.
- 8.** Borges, M. (17 de 4 de 2017). Tendencias claves en el turismo latinoamericano según Euromonitor. Obtenido de Hosteltur: https://www.hosteltur.com/lat/191000_tendencias-claves-turismo-latinoamericano-euromonitor.html
- 9.** Caimanque, R. (2018). La consolidación de la agenda turística como modelo de diferenciación socio-espacial en Valparaíso. En C. Milano, & J. A. Mansilla, Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos (págs. 363-402). Barcelona: Pol-len Edicions.
- 10.** Calle Vaquero, M. d. (2006). La ciudad histórica como destino turístico. Barcelona: Ariel.
- 11.** Casanovas, Ó. (2017). Turismo y convivencia ciudadana. En L. Coma, & J. (. Santacana, Ciudad educadora y turismo responsable (págs. 135-142). Gijón:

Ediciones Trea.

- 12.** Castaño Carmona, M. A. (25 de 4 de 2022). Sector turístico mundial se reunió en Filipinas para redescubrir los viajes. Obtenido de El Espectador: <https://www.elespectador.com/turismo/sector-turistico-mundial-se-reunio-en-filipinas-para-redescubrir-los-viajes/>
- 13.** Ceupe Magazine. (17 de 12 de 2021). Situación del turismo en Latinoamérica. Obtenido de Ceupe: <https://www.ceupe.com/blog/situacion-del-turismo-en-latinoamerica.html?dt=1657319591624>
- 14.** Crosby, A., & Prato, N. (2009). Fundamentos y retos del turismo global. En A. (. Crosby, Re-inventando el turismo rural. Gestión y desarrollo (págs. 21-49). Barcelona: Laertes.
- 15.** D'Eramo, M. (2020). El selfie del mundo. Una investigación sobre la edad del turismo. Barcelona: Anagrama.
- 16.** Davies, G. (2009). Latinoamérica. Belleza y fascinación de un continente mágico. Barcelona: Parragón Books.
- 17.** Fletcher, R. (2018). Prólogo. En C. Milano, & J. A. Mansilla, Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos (págs. 9-16). Barcelona: Pol·len Edicions.
- 18.** Hernández Cordero, A., & Fenner Sánchez, G. (2018). El turismo, ¿un arma para la guerra? Tensiones en San Cristóbal de las Casas, Chiapas, México. En C. Milano, & J. A. Mansilla, Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos (págs. 81-120). Barcelona: Pol·len Edicions.
- 19.** Imbert-Bouchard, D. (2017). El turismo y su componente geográfico y territorial. En L. Coma, & J. (. Santacana, Ciudad educadora y turismo responsable (págs. 123-134). Gijón: Ediciones Trea.
- 20.** La Cruz Hernández, L. (26 de 4 de 2022). Ya son 5 los países de América Latina que recuperan el turismo internacional. Obtenido de [pnoticias.com](https://pnoticias.com/2022/04/26/ya-son-5-los-paises-de-america-latina-que-recuperan-el-turismo-internacional/): <https://pnoticias.com/2022/04/26/ya-son-5-los-paises-de-america-latina-que-recuperan-el-turismo-internacional/>
- 21.** Llonch, N., Coma, L., & Conill, M. (2017). Turismo cultural: antecedentes, consagración y democratización. En L. Coma, & J. (. Santacana, Ciudad educadora y turismo responsable (págs. 85-109). Gijón: Ediciones Trea.
- 22.** Mansilla, J. A., & Milano, C. (2018). Apuntes sobre turismo y malestar social en Barcelona. En J. A. Mansilla, & C. (. Milano, Ciudades de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos (págs. 19-79). Barcelona: Pol·len Edicions.
- 23.** Milano, C., & Mansilla, J. A. (2018). De la pacificación a la turistificación en una favela de Río de Janeiro. En N. Vieira da Cunha, & J. Sisternas Tusell, Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos (págs. 223-254). Barcelona:

Pol·len Edicions.

24. Moreno Garrido, A. (2007). Historia del turismo en España en el siglo XX. Madrid: Editorial Síntesis.

25. Onfray, M. (2016). Teoría del viaje. Madrid: Taurus.

26. Pedro, A. (2009). Política turística y desarrollo turístico social. En R.-i. e. desarrollo, Crosby, Arturo (ed.) (págs. 189-227). Barcelona: Laertes.

27. Pla, E. (2017). El turismo gastronómico: una oportunidad para el turismo responsable. En L. Coma, & J. (. Santacana, Ciudad educadora y turismo responsable (págs. 257-264). Gijón: Ediciones Trea.

28. Pololikashvili, Z. (s.f.). Guiar la recuperación del turismo. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19>

29. QPASA Staff. (3 de 7 de 2022). Las 10 ciudades más visitadas de Latinoamérica. Obtenido de QPASA: <https://qpasa.com/actualidad/las-10-ciudades-ms-visitadas-de-latinoamerica-1/>

30. Redacción BBC News Mundo. (17 de 12 de 2021). Los destinos de América Latina galardonados en los Premios Mundiales del Turismo. Obtenido de BBC News Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-59701741>

31. Redacción Caribbean News Digital. (27 de 1 de 2022). Así viajarán los turistas latinoamericanos en 2022. Obtenido de Caribbean News Digital: <https://www.caribbeannewsdigital.com/es/turismo/asi-viajaran-los-turistas-latinoamericanos-en-2022>

32. Rodríguez, M. (1 de 11 de 2021). ¿A dónde van los turistas de América Latina cuando viajan a Europa? Obtenido de Alnavío: <https://alnavio.es/a-donde-van-los-turistas-de-america-latina-cuando-viajan-a-europa/#:~:text=%2D%20La%20mayor%C3%ADa%20de%20los%20latinoamericanos,hacia%20el%20este%20del%20continente.>

33. Santacana, J., & Coma, L. (2017). El marco ético, teórico y estético. En L. Coma, & J. (. Santacana, Ciudad educadora y turismo responsable (págs. 25-52). Asturias: Ediciones Trea.

34. Serrat, R. (2017). El paisaje, un patrimonio de gran valor para el turismo. En L. Coma, & J. (. Santacana, Ciudad educadora y turismo responsable (págs. 245-256). Gijón: Ediciones Trea.

35. Statista Research Department. (1 de 4 de 2022). América Latina: países con el mayor número de llegadas de turistas extranjeros 2020. Obtenido de Statista: América Latina: países con el mayor número de llegadas de turistas extranjeros 2020

36. Torres, A. (2017). Turismo sostenible: de la necesidad a la competitividad. En L.

Coma, & J. (. Santacana, Ciudad educadora y turismo responsable (págs. 109-122). Gijón: Ediciones Trea.

37. Vernet Saureu, C. (2010). Guía turístico. Nociones básicas. Barcelona: Laertes.

38. World Tourism Organization. (17 de 12 de 2020). El turismo retrocede. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-retrocede-a-niveles-de-1990-con-una-caida-en-llegadas-del-mas-del-70>

39. World Tourism Organization. (2 de 6 de 2021). El turismo cae un 83 %. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-cae-un-83-aunque-la-confianza-mejora-lentamente>

40. Yanes, S. (2018). Recuperar el barrio. Maniobras de transformación urbana en la Ciudad Vieja de Montevideo. En C. Milano, & J. A. Mansilla, Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos (págs. 439-471). Barcelona: Pol-len Edicions.



OBS Business School

School of **Business Administration & Leadership**

School of **Innovation & Technology Management**



De:



Planeta Formación y Universidades