

## LA PUESTA EN ESCENA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CONTEXTO COVID-19

Betzabeth Dafne Morales<sup>1</sup>

Mónica Pérez Sánchez<sup>2</sup>

Agustín Ruiz Lanuza<sup>3</sup>

### Resumen:

La actividad turística enfrentó, al igual que el resto de sectores, la pandemia COVID-19, la cual provocó un cierre de fronteras y un cese a los desplazamientos físicos e interacciones humanas a las cuales todos estábamos acostumbrados, esta nueva realidad generó una crisis en la actividad turística, por lo que había que replantear nuevas formas de viaje en medio de un panorama incierto, en el cual reinaba la seguridad sanitaria y la búsqueda de respuestas respecto al control total del virus, o al menos la disminución de contagios. Ahora se observa una recuperación de la actividad turística, se prevee de forma optimista una alza en los desplazamientos domésticos que puedan reactivar las actividades lúdicas a las cuales los viajeros estaban acostumbrados. El objetivo de este trabajo es presentar una visión actual de las tendencias de viaje a nivel mundial y específicamente para el turismo mexicano, para lo cual se han revisado a detalle lo contemplado por las instancias internacionales inmiscuidas en la medición de la afluencia turística, tales como la Organización Mundial del Turismo, y las cuentas satélites de turismo, además de las diversas instancias que a nivel nacional trabajan constantemente por observar los distintos panoramas sobre la actualidad de tendencias de viaje domésticas e internacionales. Los resultados permiten observar las oportunidades de mercados, las tendencias de viajes, las rutas que han ganado terreno, los nuevos nichos de mercados que se decantan por otros destinos u ofertas turísticas. Así se presentan oportunidades que destaquen las bondades del turismo mexicano y las posibilidades de competir con notoriedad en esta nueva etapa de recuperación turística.

**Palabras Clave:** recuperación turística, turismo, COVID-19.

---

<sup>1</sup> Universidad de Guanajuato. dafne@ugto.mx

<sup>2</sup> Universidad de Guanajuato. moniperez@ugto.mx

<sup>3</sup> Universidad de Guanajuato. alanuza@ugto.mx

## THE STAGING OF TOURISM ACTIVITY IN THE CONTEXT OF COVID-19

### **Abstract:**

Tourism activity faced, like the rest of the sectors, the COVID-19 pandemic, which caused a closure of borders and a cessation of physical displacement and human interactions to which we were all accustomed, this new reality caused a crisis in tourism activity, it was necessary to rethink new forms of travel in the midst of an uncertain panorama, in which health security reigned and the search for answers regarding the total control, or at least reduction of infections by the virus. Now, a recovery in tourism activity is observed, an increase in domestic displacements is optimistically expected that can reactivate the recreational activities to which travellers were accustomed. The objective of this paper is to present a current view of travel trends globally and the specifically for Mexican Tourism, for which the provisions of international bodies involved in measuring tourist inflows have been reviewed in detail, such as de World Tourism Organization, and the tourism satellite accounts, in addition to various bodies that at the national level are constantly working to observe the different panoramas, specifically on the current situation of domestic and international travel trends. The results allow us to observe the opportunities of markets, travel trends, routes that have gained ground, the new market niches that opt for other destinations or tourist offers. Hence, some opportunities are presented that highlight the goodnesses of Mexican tourism and the possibilities of competing with notoriety in this new stage of tourist recovery.

**Keywords:** Tourism recovery, Tourism, COVID-19

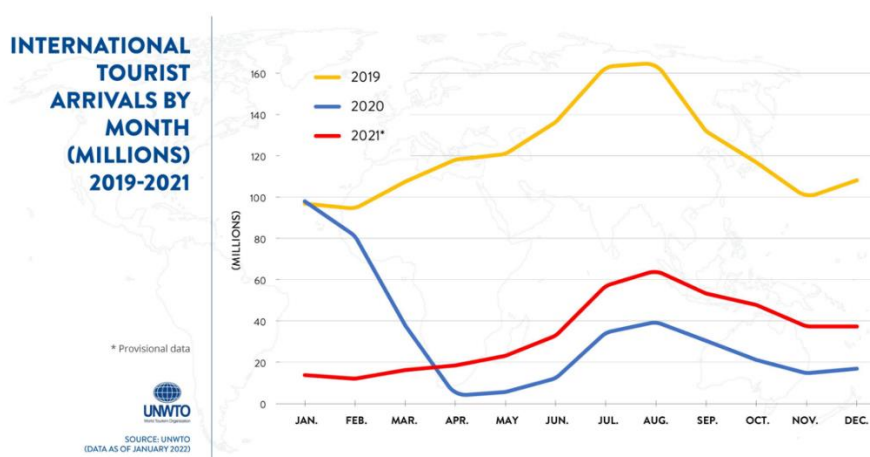
### **1. INTRODUCCIÓN**

El turismo es una actividad presente en el mundo, cuya importancia económica ha sido visibilizada aún más en los últimos dos años, en los cuales la contingencia sanitaria la frenó casi por completo, detonando una crisis en los bolsillos de innumerables familias cuyo ingreso dependía de este sector. Ha sido una época de errores, aprendizajes, estrategias, enseñanzas y sensibilización, en la que no solo la economía se ha visto afectada, sino también la salud y hasta la vida de muchas personas, la competitividad y la calidad de los servicios. Continúa la relevancia en el aspecto de seguridad, pero no nada más haciendo alusión a la violencia y lo que ello conlleva, sino a las medidas necesarias para reducir el riesgo de los contagios, y no solo en los visitantes sino también en los propios prestadores de servicios turísticos. Y sobre este último punto, la pérdida de empleos relacionados con el sector ha sido histórica, y aunque se han estado recuperando, aún falta mucho por hacer. Las instituciones han capacitado a los colaboradores en las medidas de sanidad y se han realizado inspecciones a los diferentes lugares que prestan servicios turísticos para controlar los aforos, sin embargo, no siempre se respetan ni se cumplen las políticas establecidas, ni por los prestadores ni por los visitantes, e incluso, tampoco por los residentes.

Ahora, a dos años del inicio de la pandemia, se ha observado una reactivación importante (pero todavía muy por debajo de las cifras pre pandemia) del turismo, en donde han tomado fuerza distintos actores y diferentes formas, por ejemplo, el contacto con la naturaleza y los traslados a destinos cercanos. Lo anterior va de la mano con las nuevas tendencias de la

actividad turística, las características de los viajeros, el diseño de experiencias y productos turísticos, la diversidad de destinos, la transversalidad de la tecnología, entre otros. Los organismos nacionales e internacionales trabajan en pro de la creación de políticas públicas que permitan la reactivación sin poner en riesgo la salud e integridad de las personas, promueven el desarrollo de determinadas actividades, se realizan campañas para impulsar el turismo doméstico, los viajes por carretera, etc. Ejemplo de lo anterior, en México, es el programa Viaja en corto que contempla visitar 6 Estados del país con determinada cercanía por carretera, que además cuentan con pueblos mágicos, promocionando la riqueza cultural y natural de cada destino.

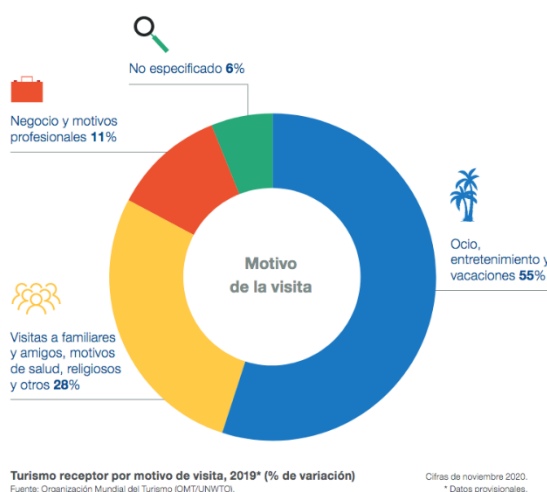
**Figura 1.** Impacto del Covid-19 en la actividad turística



Fuente: Organización Mundial del Turismo (2021)

De acuerdo al Barómetro turístico de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022) el 2020 ha sido el peor año para la actividad turística, con un decremento del 73% en la llegada de turistas internacionales y un -63% en cuanto a ingresos por esta actividad, lo que representa una caída de 30 años, con cifras que se tenían en 1990, y aunque en el 2021 hubo un ligero incremento, no se compara con el 2019 (Figura 1).

**Figura 2.** Motivaciones de viaje

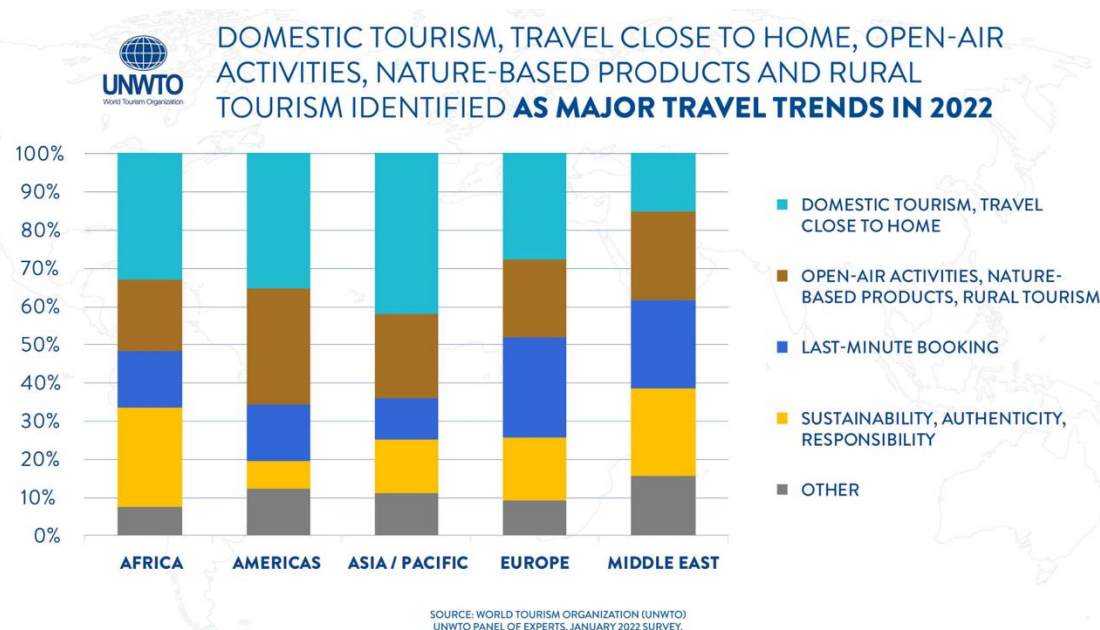


Nota: Organización Mundial del Turismo (2020)

La OMT, señaló los principales motivos de viaje, encabezando la lista el ocio y el entretenimiento con el 55%, seguidos de motivos de salud, religiosos y familiares con un 28% y, en tercer lugar, negocios y profesionales con un 11% (Figura 2).

De igual forma, se apuesta por el turismo interno, específicamente el turismo doméstico, para coadyuvar a la recuperación económica, generando incentivos para motivar a la población a viajar dentro de sus mismos países, como la estrategia mexicana señalada en los párrafos anteriores o, por ejemplo, los fines de semana largos, al mover los días festivos del año al lunes inmediato anterior, situación que ya se realizaba en México desde antes de la pandemia, y que fue adoptada por Costa Rica. Asimismo, el turismo rural y en general el de naturaleza con las actividades al aire libre, en destinos cercanos, continúan como las principales tendencias para este 2022 (Figura 3)

**Figura 3.** Tendencias de Viaje en el 2022



Fuente: Organización Mundial del Turismo (2022)

### 1.1. Antecedentes

Uno de los motores de desarrollo social e impulso económico de varios destinos ha sido la actividad turística, la cual promueve la creación de servicios que impactan no solo a los visitantes, sino también a los residentes. Las motivaciones que originan los viajes, han ido evolucionando por diversos factores, surgen nuevos atractivos turísticos, se diseñan experiencias a la medida del visitante, quien ahora busca un mayor contacto con la población receptora y tener un papel activo y no pasivo en su visita, es decir, que ya no se limita con ser solo un espectador, sino que busca vivir y poner en práctica las costumbres de la ciudad que visita. La cultura, el descanso, la religión han sido de las principales tendencias de viaje que han perdurado a través de los años, y a ellas se han ido sumando el deporte, los negocios, la aventura y el contacto con la naturaleza. El hecho de viajar, conocer nuevas personas,

interactuar, aprender y también enseñar, y realizar un intercambio de conocimientos es una base del actuar turístico. Dicha interacción se ha visto recientemente interrumpida por una contingencia sanitaria originada por la propagación de un virus que frenó de golpe la economía y paralizó a las naciones.

De acuerdo a los documentos oficiales (Organización Panamericana de la Salud, 2020), la fecha estimada donde comienza esta situación para el mundo fue el 31 de diciembre de 2019, cuando las autoridades de la ciudad de Wuhan en la provincia de Hubei, China, reportaron 27 casos de personas con un síndrome respiratorio, de los cuales 7 se reportaban como graves. Posterior a ello, el 10 de enero del 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) definió a la ciudad de Wuhan, Provincia de Hubei, China, como zona afectada con una señal de alerta para pacientes que presentaran un síndrome respiratorio agudo y que hubieran realizado viajes a Wuhan. Con estos antecedentes se puede reconocer el parteaguas de esta nueva pandemia y como rápidamente fue expandiéndose en el continente asiático, reportándose los primeros casos en Tailandia, en Japón, en Corea del Sur, y ya para el 21 de enero, en Estados Unidos, lo cual hace encender alertas de las autoridades sanitarias en el continente americano y en el resto del mundo.

La primera alerta epidemiológica a nivel mundial, fue emitida por la OMS el 16 de enero del 2020, solicitando establecer medidas de vigilancia e informando sobre los casos detectados, características y demás información importante. Conforme la situación incrementaba, los ojos se colocaron en la actividad turística por todo lo que conlleva. Se comienzan a generar y establecer medidas de higiene obligatorias como el lavado de manos frecuente, la etiqueta de tos y estornudos, y se fueron sumando otras como la sana distancia, el uso de gel antibacterial y de cubrebocas. Para el caso específico de México, a finales de enero del 2020, se emite el primer aviso epidemiológico en el resto del mundo a través del Comité Nacional para la Vigilancia Epidemiológica (CONAVE, 2020). México un país con un sistema de salud colapsado desde antes de la pandemia, se enfrenta a un gran reto, la mayoría de la población cuenta con problemas de salud, principalmente obesidad, problemas cardíacos o alguna deficiencia del sistema inmunológico, lo cual genera mayor vulnerabilidad ante el COVID 19.

Posterior a ello, y de forma contundente, el cierre de fronteras se hizo presente, los viajes se detuvieron, la economía se congeló buscando preservar ante todo la salud de los habitantes. Algunas naciones con medidas estrictas y restrictivas, otras se resistían, o demoraron más en cancelar la entrada y salida de personas, pero todos caminando sobre lo incierto, ante una situación jamás esperada, que día con día evolucionaba a pasos agigantados, provocando la muerte de millones de personas, principalmente de la tercera edad y afectando en mayor medida a aquellas que presentan alguna comorbilidad como obesidad, hipertensión, diabetes, entre otras. Ante ello, se estableció como medida cautelar el quedarse en casa, evitar salir si no había motivos realmente necesarios como comprar despensa; el caos se hizo presente en muchos lugares del mundo, algunos productos de primera necesidad comenzaron a escasear, aparecieron las compras de pánico, entre otras cosas.

Todo ello, generó que diversas actividades económicas se detuvieran, entre ellas, el turismo. Hoteles, establecimientos de alimentos y bebidas, museos, eventos, festivales, atractivos turísticos en general, cerraron sus puertas, algunos para siempre. Se establecieron actividades económicas prioritarias, y la actividad turística no era una de ellas. Millones de empleos se perdieron, y con ello familias completas se vieron desamparadas; independientemente de la motivación del viaje, se suspendieron vuelos y servicios en general.

Han pasado ya un poco más de dos años, en los que las tendencias de viajes se han ido adaptando; el ser humano, como ser social, tiene la necesidad imperante de relacionarse de interactuar, y durante estos dos años, ha generado un cambio en la modalidad de su viaje, ha buscado opciones donde realizar actividades recreativas de la mano con las medidas preventivas dictadas por las naciones, y es así como se observa un incremento en actividades en espacios abiertos, en contacto con la naturaleza, en distancias cortas al lugar de origen, y principalmente viajando en auto.

## **1.2 La diversidad en la actividad turística.**

El turismo ha evolucionado y continúa haciéndolo al ser una actividad resiliente. Las motivaciones de los viajeros conducen el desarrollo de diversos productos turísticos y el diseño de experiencias atractivas y hechas a la medida. Remontándonos al origen de esta actividad, se encuentra a la religión como uno de los primeros motivantes para que las personas se desplazaran de su lugar de origen hacia otro sitio en el que podían rendir culto a sus creencias y tradiciones, aun cuando todavía no se contaba con elementos que facilitaran la orientación como la brújula y los mapas. El turismo religioso es definido por Oliveira (2004) como una actividad que conserva en sus raíces la peregrinación y que es motivada por el “*ejercicio místico de la celebración*”. Por su parte Robles (2005) indica que el turismo religioso es una alternativa recreativa para la comunidad receptora.

García et al. (2017) señalan que anualmente el turismo religioso es el motivo de viaje de más de 300 millones de personas, de los cuales, aproximadamente el 10%, corresponde a México, es decir, 30 millones de viajeros realizan visitas a lugares de culto, tradicionalmente conocidos como la Basílica de Guadalupe, la cual se lleva más prácticamente el 50% de los viajeros mencionados (Fernández citado en García et al., 2017). Además de México, otros países con una importante actividad por turismo religioso son España, el Vaticano, Brasil, Francia, Arabia Saudita, Israel y la India. El estudio del turismo religioso ha sido abordado desde diferentes perspectivas, como por ejemplo la cultural, la búsqueda de sentido, como detonante de la preservación patrimonial, desarrollo de destinos, los servicios, la hospitalidad e incluso la seguridad, entre otros (Guimaraes y Kyoko 2020, Taborda 2018, Millán y Pérez 2017, García et al. 2017, Tobón y Tobón 2013, Millán et al., 2010, Oliveira 2004, Krippendorf 2001, Robles 2003).

Otra de las formas de turismo más relevantes y que han tomado auge en los últimos tiempos, derivado de las recomendaciones sanitarias, para realizar actividades al aire libre, es el turismo de naturaleza, concepto que surge más allá de la mitad del siglo XX, en la década de los 70's, y que supone un contacto precisamente con el entorno y que requiere de una planificación bien establecida, la cual, en varias ocasiones y destinos, ha estado ausente, y ha generado una sobre explotación de estos recursos. Es evidente que el turismo de naturaleza se relaciona con la sostenibilidad, a la biodiversidad, las áreas naturales protegidas, las reservas de la biosfera, y de la mano surge el ecoturismo que, precisamente busca impulsar la protección y conservación de los recursos naturales. El turismo de naturaleza tiene retos importantes ligados al impacto que genera en el uso de los recursos, pero también se posiciona la tendencia que conlleve al respeto y la puesta en valor de dichos sitios (Martínez, 2017). En este caso, los países donde más se potencializa el turismo de naturaleza son, por ejemplo, los mega diversos como Cuba, México, Colombia, Brasil, China, India, Australia, Sudáfrica, Filipinas, entre otros.



La conceptualización del turismo de naturaleza es muy amplia, incluso encontramos que algunos autores, pueden diferenciarlo tan solo con la preposición que se utilice (Barrado y Vila 2001), es decir, si es turismo en la naturaleza o de naturaleza, en este último, no se requieren instalaciones o equipamiento, sino que hace referencia a actividades deportivas o de aventura, en donde la recreación, la interpretación y la cercanía con la naturaleza, juegan un papel muy importante. Dentro de este tipo de turismo, se encuentra el ecoturismo, enfocado a una actividad más pasiva, como la observación y exploración de zonas protegidas, siempre con la tendencia a la preservación, y también desde un contexto científico o lúdico, y de las áreas naturales protegidas que son administradas por autoridades públicas (Wearing y Neil, 1999; Honey, 2008; Buckley, 2000; Picornell, Pomar y Benito, 2002, Pascual, 2007).

El turismo sostenible es aquel que considera los impactos de la actividad en tres ejes: económicos, sociales y medioambientales, tanto ahora como en el futuro, con la intención de satisfacer las necesidades de todos los actores: visitantes, residentes y empresarios (OMT). De igual forma, sobre turismo de naturaleza se han realizado diversas investigaciones, que van desde el desarrollo de planes gubernamentales (Blanco, 2006), hasta el análisis de los recursos naturales en sí (Grande, 2006), el perfil del viajero que prefiere estos destinos que, como en el caso de Playa del Carmen, en su mayoría el rango de edad es entre 18 y 35 años, profesionistas o estudiantes, que viajan en familia (Balderas, 2014); y por supuesto la sostenibilidad de los destinos que ofrecen este tipo de actividades, y la infraestructura necesaria para el uso de los servicios turísticos (Pérez et al., 2014, Cornejo et al., 2019, Bojorquez y Pedraza, 2018); así como la protección de la naturaleza, la gestión sostenible de los recursos naturales, la infraestructura pública y las políticas de acceso (Fredman et al. 2012).

Por otro lado, Jiménez (2019) hace una investigación sobre turismo deportivo para proponer un modelo de clasificación del mismo. Los primeros conceptos surgen también alrededor de la década de los 90, y uno de ellos hace alusión a una participación activa o pasiva en deportes por competencia o recreación (Gammon y Robinson, 1997 citado en Jiménez 2019), lo cual es totalmente amplio e incluye tanto a los deportistas como a las personas que viajan con el objetivo de ver alguna competencia deportiva. El turismo deportivo es ampliamente estudiado en diversas partes del mundo, con diferentes objetivos como analizar las características socio demográficas de los participantes para desarrollar un perfil del jugador y/o competidor, para conocer sus motivaciones, diseñar productos turísticos que unan la actividad deportiva a la cultural que ofrezca el destino donde se lleva a cabo el evento y analizar su potencial, contemplando la oferta de alojamiento, alimentos y recreación, para diversificar la oferta turística y comercializar el producto diseñado (Latiesa y Paniza 2006, Bernal y Blanco 2021, Gibson 2003, Peralta 2016, Ramírez 2013, López 2016, Blázquez 2014, Rodríguez 2016). Respecto al impacto económico de este rubro del turismo, el gasto total asociado a los viajes que se realizan principalmente por motivos deportivos fue en 2020 de 522,7 millones de euros de residentes en España y de 396,7 millones de euros de turistas internacionales (hosteltur.com, 2021)

Otra tendencia importante en los viajes ha sido el turismo familiar, que hace referencia a los viajes realizados precisamente en familia, que puede ser de primer núcleo (mamá, papá e hijos) o extendida (abuelos, tíos, primos), cuya motivación principal es el ocio, y que requiere servicios especializados, con enfoque a los grupos de edad y que puedan ser disfrutados por todos los integrantes, tanto en lo que se refiere a actividades recreativas como a las instalaciones. Es importante mencionar que, cuando hay hijos menores, generalmente influyen

en la toma de decisiones sobre qué hacer, o sobre dónde hospedarse, ya que se tendrá que tomar en cuenta que existan las características adecuadas para cada miembro de la familia. Una característica peculiar del turismo familiar es la estacionalidad, la cual va de la mano con las fechas de escuela y vacaciones, así como el gasto promedio por persona puede disminuir, generalmente el segmento es sol y playa y muestran fidelidad hacia el destino. España en 2017 fue el país líder para el turismo familiar en Europa (World Travel Monitor), ya que el 92% de las familias viaja al menos una vez al año generando 18,500 millones de euros en 2017.

Un estudio de Rebassa (2019) analiza el turismo familiar como alternativa de negocio en un destino español, indagando sobre su evolución y tendencias, con la intención de generar propuestas innovadoras y sostenibles. Para ello, además de conceptualizar el término, investigan el impacto de los viajes familiares en la economía, indicando que las familias españolas viajan en promedio 3.6 veces al año, a destinos seguros y con un entorno agradable. La autora señala también los resultados de un estudio de turismo familiar, en el que se menciona el perfil general de la familia que viaja, en el que se conforma por alrededor de 4 personas, tienen un promedio de 2 hijos, los padres tienen una edad aproximada de 43 años y los hijos 10; y dentro de las motivaciones principales, señalan la convivencia.

El turismo familiar es definido por Schänzel (2012) como una actividad que tiene como objetivo salir de la rutina y pasar tiempo con la familia, con la intención de reconectar a las personas a través del turismo, es decir, generar tiempo en común para compartir experiencias divertidas. El turismo familiar puede referirse solo a la nuclear, pero también a la extendida. De igual forma, existen diferentes factores que intervienen en este tipo de turismo, por ejemplo, las familias monoparentales, la participación de la mujer en el trabajo remunerado, el aumento de la población de adultos mayores, entre otros cambios en los modelos tradicionales, como las familias del mismo sexo (Schänzel y Yeoman, 2015). Realizar viajes en familia es todo un reto porque debe concretarse un destino y actividades que sean atractivas para los integrantes, en las que puedan convivir y fortalecer los lazos familiares.

Las edades son un factor determinante que puede provocar desacuerdos o distintos niveles de satisfacción, por ejemplo si hay niños pequeños seguramente se buscarán lugares cuyos atractivos sean aptos para ellos, o que tengan servicio de niñera, y es muy probable como lo señalan algunos estudios que los niños muestran mayor satisfacción que los padres, o bien, en otras investigaciones, se habla de las diferentes expectativas o motivaciones de cada miembro de la familia, por ejemplo los adolescentes pueden buscar diversión y los padres descanso o cultura (Hilbrecht, 2010; Nickerson y Jurowski, 2001; Carr, 2006; Gram, 2005). Este segmento turístico es de gran relevancia, las vacaciones familiares es muy probable que perduren, puede cambiar la estructura familiar, las preferencias, quienes toman la decisión, pero siempre existirán esos viajes en lo que se busca reconectar y fortalecer las relaciones con los integrantes de la familia a través de generar experiencias comunes en espacios diferentes.

Otro de los conceptos que han marcado tendencia es el slowtourism, que se relaciona al desplazamiento por tierra, con una mayor estadía, con el objetivo de explorar, experimentar y participar de forma activa del turismo, disfrutando de cada momento sin prisas. A los viajeros con estas características se le conoce como slowmads, y como lo señala Robbins y Cho (2012) sus principales factores de motivación se orientan a vivir nuevas experiencias, sentirse sorprendidos, con la calidad presente en todo momento, disfrutando de la tranquilidad para olvidar el ajetreo de la vida diaria. Galván y Pérez (2021) señalan que es importante considerar una vinculación entre el servicio de alojamiento y otros de los que hacen uso, como la



digitalización de los espacios, por lo que es necesario contar con una rápida adaptabilidad a las nuevas circunstancias.

Por su parte, el turismo rural se realiza en pequeñas localidades, fomentando la cercanía y el contacto con el entorno autóctono, las tradiciones, costumbres, la gastronomía, la arquitectura y las formas de vida que son puestas en valor y compartidas desde los residentes hasta los visitantes. Ahora bien, las personas que optan por realizar este tipo de turismo tienen características diversas, y gustan de hospedarse en pensiones, granjas, hacer camping, hostales, casas de huéspedes, es decir, son afines a lo hogareño, a lo sencillo, disfrutando de la paz y la tranquilidad, concientes de la riqueza rural, de lo inexplorado (González, 2008; Madera, 2020). En México, desde el 2001, se creó la Ley de Desarrollo Rural Sustentable para regular las actividades productivas y de desarrollo social en dicho entorno, con la intención de gestionar un uso adecuado de los recursos promoviendo su conservación. Como señala el Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria (2019), el medio rural se relaciona con la producción de alimentos, minerales y materias primas, en donde además se pueden desarrollar otro tipo de actividades, por ejemplo, las de carácter lúdico, de esparcimiento, descanso y aventura, las cuales generan ingresos importantes. Kieffer (2018) realizó un estudio analizando el concepto de turismo rural comunitario a través de revisión documental y trabajo de campo, considerando al desarrollo comunitario como un proceso de construcción social que, por una parte, fomenta el crecimiento económico y, por otra, integra factores socio culturales de gran relevancia.

El desarrollo de la actividad turística trae consigo un aumento en la derrama económica en la región en la que se realiza, sin embargo, en muchas ocasiones, la población receptora no se ve beneficiada, e incluso puede verse afectada, como cuando hay una inadecuada explotación de los recursos. Por ello, es importante gestionar la capacitación de los y las residentes, en temas no solo de calidad en el servicio, sino también en el uso adecuado de los recursos naturales y culturales, la conservación de tradiciones utilizando diversas técnicas, como la documentación; la complementariedad de los atractivos con los servicios que se ofrecen al visitante, lo cual genera el diseño de experiencias turísticas. En el 2020, este tipo de turismo tomó gran impulso, ya que, derivado de la pandemia, las actividades en espacios abiertos eran de las pocas permitidas dentro de un marco de seguridad sanitaria, sin embargo, es muy importante que exista una adecuada planificación para mitigar los impactos en los recursos y en el aspecto socio cultural de las comunidades anfitrionas.

Desde el punto de vista económico, se sabe que el turismo genera empleos, pero desafortunadamente, la población local tiene acceso a los de menor rango con mayor facilidad, lo que no permite observar un desarrollo o crecimiento directo en la comunidad. De igual forma, debe existir un control de los impactos negativos que puede dejar la actividad turística, no solo por la sobre explotación de los recursos, sino también otros factores como la inseguridad, la salubridad, la prostitución, entre otros. Por lo anterior, el impulso al turismo rural debe replantearse considerando de forma holística todos los factores que intervienen en el mismo, para lograr el desarrollo de la comunidad receptora, a través de la sensibilización y capacitación, es decir, que sean tomados en cuenta en el diseño de las experiencias turísticas, sus conocimientos sobre la cultura y las tradiciones, sobre las costumbres, deberán verse reflejados y protegidos de tal forma que logren preservarse y promoverse.

### **1.3. Objetivo de la investigación.**

El objetivo de este trabajo es presentar una visión actual de las tendencias de viaje a nivel mundial y específicamente para el turismo mexicano, revisando aquellos aspectos contemplados por las instancias internacionales inmiscuidas en la medición de la afluencia turística, tales como la Organización Mundial del Turismo, y las cuentas satélites de turismo, además de las diversas instancias que a nivel nacional trabajan constantemente por observar los distintos panoramas sobre la actualidad de tendencias de viaje domésticas e internacionales. De igual forma, se realiza una revisión documental de los diversos tipos de turismo, desde su conceptualización hasta su evolución y mayor impacto en los destinos.

## **2. MATERIALES Y MÉTODOS**

La metodología utilizada en el desarrollo de esta investigación es cualitativa, con un alcance explicativo y descriptivo, a través de técnicas de revisión documental y análisis de estadísticas presentadas, es decir, fuentes de datos secundarias publicadas por instancias nacionales e internacionales, con la intención de identificar las principales tendencias, a través de ejercicios de comparación y de propuestas estratégicas, así como la revisión de la oferta turística específicamente en México.

## **3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

La evolución del turismo ha sido observable sobre todo cuando se manifiestan cambios disruptivos en la tecnología, los transportes, los medios de comunicación e información, pero también lo son cuando la diversificación de productos y servicios se ha expandido generalizadamente en el mercado. Ahora, la crisis mundial provocada por la pandemia COVID permitió observar nuevas formas de hacer turismo durante los años 2020 y 2021, pues las restricciones para preservar la salud fueron variadas, pero predominaron sobre todo el aislamiento, el cese al desplazamiento y el evitar el contacto con otras personas.

Las restricciones afectaron la vida laboral y social de las personas. La vida laboral cesó y trajo consigo limitaciones empresariales, de distribución y suministro de insumos, y lo peor, para sostener la nómina para la plantilla de personal; por otro lado, la vida social se limitó al contexto intramuros, con aquellas personas con las que se ya se convivía se procuró cubrir las necesidades fisiológica más básicas, el resto fue mantener la calma e imaginar que pronto terminaría.

Las consecuencias parecían interminables, en algunos momentos sigue sin parecerlo, lo que ha provocado nuevas formas de buscar el esparcimiento y el equilibrio emocional. En estas intenciones aparece el turismo, como un escape de la realidad, pero ahora en nuevas versiones: desde el sofá o desde cualquier parte de la casa, a través de uno o varios dispositivos, a cualquier hora del día o durante todo el día.

En 2022 observamos nuevas tendencias que se van vislumbrando, las cuales invitan a la realización de turismo como ya se conocía, fuera del hogar. Así intenta volver a ser la actividad social, cultural y económica que por excelencia era, y que fortalece el sentido humano, racional y natural del hombre, lo que le permite apreciar su patrimonio cultural y natural, y el de los demás a su paso.

A partir del aumento de la popularidad en las distintas formas de hacer turismo se pueden observar las tendencias turísticas. Las tendencias de viaje con mayor apogeo son las siguientes:

1. Búsqueda de la naturaleza y los espacios abiertos, para escapar de los entornos con aire contaminado, el ruido urbano y la muchedumbre. Las actividades al aire libre toman importancia, y provocan la mirada hacia esas alternativas que ya existían y que son oferta de cada zona, tales como: el turismo alternativo, el turismo rural, el turismo comunitario, el turismo verde, e incluso el turismo de adrenalina.
2. Turismo natural, para estar en contacto con el entorno en su original expresión, es el contacto con la naturaleza y se realizan actividades que en ella surgen, por tanto, tal como lo menciona el informe IDITUR-Ostelea (2021) que reconoce dentro de esta modalidad los siguientes tipos de turismo: agroturismo, ecoturismo, el turismo salvaje, aventura.
3. Escapadas de fin de semana, comúnmente a centros urbanos con todos los servicios y facilidades cuya variedad permiten que se manifiesten distintos tipos de turismo, aunque en general se le podría encontrar como turismo urbano.
4. Tienen como base la sostenibilidad, palabra clave en las últimas décadas, pero con una especial atención en los últimos 2 años como una nueva óptica sobre el turismo, y sobre la vida. El nuevo turista además de decir preocuparse por el planeta y la preservación del medio ambiente, ahora respecta y actúa como protector de los lugares que visita, y promueve la admiración de los paisajes que encuentra a través de las redes sociales en las que participa. Las tendencias de búsqueda y elección de los destinos y servicios eco-friendly “Un informe de Booking reveló que el 60 % de los viajeros españoles tienden a escoger más los destinos eco-friendly, el 74 % de ellos está convencido que la sostenibilidad del turismo es una necesidad que vale la pena destacar”.
5. Viajar con conciencia, ese es el nuevo plan de viaje, lo cual implica actuar de forma responsable al elegir, es decir, usar transportes alternativos, menos contaminantes, que le acerquen más a la tranquilidad, olvidándose así la estructura de viaje grupal organizada donde cada hora se debía visitar a toda prisa el siguiente hito turístico para continuar con el itinerario.
6. Viajes educativos, éstos son una nueva alternativa de entretenimiento y educación para los padres que buscan proveer mayor bienestar para sus hijos y provocar en ellos un nuevo nivel de conciencia, surge así el término Ed-ventures. Entre las distintas alternativas para llevarlo a cabo están los viajes de intercambio, los cursos de verano, las visitas guiadas, el acceso y recorrido por instituciones internacionales y laboratorios.
7. Turismo deportivo, sea como deportista o como seguidor del deporte, entonces abarca desde el seguimiento de eventos deportivos internacionales hasta los más locales, como practicante implica aprendizaje, entrenamiento y escalamiento de niveles dentro de una disciplina; como fanático implica vivir emociones y/o adrenalina, pagar por eventos y atender aquellos lugares donde se manifieste una actividad única deportiva.
8. El turismo doméstico es la mejor apuesta para reiniciar las actividades mencionadas. Los viajes cortos toman relevancia, es decir, las comunidades reciben a residentes de localidades cercanas, lo que permite la reactivación económica más rápida sin que participen las grandes inversiones de intención internacional que hasta ahora aún expone

a las partes que participan. El turismo doméstico es la mayor apuesta que hoy hacen los destinos.

9. El turismo familiar, el desplazamiento de uno o más miembros de la familia para encontrarse con otros miembros de la familia, sea cercana o extendida. Este turismo es un clásico que ha retomado fuerza, una vez que se ha carecido la posibilidad de ver a los seres queridos, se manifiesta con mayor intensidad el turismo familiar.
10. El turismo lento, *slow-tourism*, con tranquilidad y sin prisa, es una tendencia que busca estancias más largas y con el disfrute del destino de tal forma que sale de todos los esquemas preestablecidos de turismo, donde el turista llega a perderse entre la comunidad local y consumir y vivir con ella, pero en su versión más relajada. OTEG
11. Vivir como un local, *live like a local*, alternativa que destaca en el informe de IDITUR-Ostelea (2021), al señalar la forma de tomar contacto con lo local y al narrar como los turistas eligen destinos menos concurridos por turistas y que le permitan más cercanía a la población local, para lograr así autenticidad y mayor riqueza en la experiencia a partir de la cultura local.
12. *Knowmads*, los nómadas digitales, sobre quienes ya se pueden observar tipologías según la actividad que realizan, las relaciones laborales que llevan a cabo y la forma de trabajar. Esta tendencia combina tres aspectos fundamentales, el trabajo, la tecnología y el turismo. Los tres elementos están en pleno crecimiento y su combinación permite además trabajar a distancia, acatando así las aún vigentes normas de distanciamiento derivadas de la pandemia (Galván y Pérez, 2021).
13. Turismo de negocios, el cual está formado por al menos cuatro elementos: reuniones, convenciones, exhibiciones y viajes de incentivo (por sus siglas en inglés MICE), la diferencia está en la utilización de tecnología para hacer posible estos eventos, pero ahora de manera remota. Surgen los eventos online grabados o en tiempo real, híbridos o 100% digitales.
14. Turismo médico, las consultas médicas, tratamientos y los procesos quirúrgicos entran en este tipo de turismo el cual retoma fuerza en esta recuperación del turismo sanitario
15. Turismo de bienestar, *mindfulness*, se derivan directamente del turismo de salud, en estos se manifiesta el interés por la salud integral de las personas, en actividades que permitan alcanzar la máxima sensación de salud y su preservación, la consciencia del cuidado personal y la salud, son los que diferencian este tipo de turismo del turismo sanitario (IDITUR-Ostelea, 2021)

Estos tres últimos aumentan exponencialmente debido a la evolución de las TIC's, pero también a la necesidad de crear y sostener relaciones laborales, profesionales, educativos y por distinta razón, y lograr las consecuencias positivas derivada de cada tipo. Además, aún no son claras ni estables las reglas internacionales de viaje, ni es claro el control que se utilizará para los viajeros, tanto en temas de vacunas y pruebas médicas como en temas de la documentación relacionada. En cada una de las tendencias destacan ya distintos destinos internacionales, India, Singapur, España, Hawaii promueven el turismo de bienestar y el turismo de salud

#### 4. CONCLUSIONES

Una vez realizada la revisión de literatura sobre los diversos tipos de actividad turística, relacionados con las tendencias durante la pandemia por COVID 19, se resalta la importancia de identificar los factores que impulsan el desarrollo del turismo y que se ven reflejados en la diversidad de la oferta turística. Por ejemplo, una de las principales tendencias tiene relación con la naturaleza y el entorno rural, es decir, en espacios abiertos respetando el medio ambiente y, en México existe una gran variedad de oferta organizada, que destaca zonas rurales, comunidades, lagos, montañas, que exponen alternativas a esta tendencia. En relación a los viajes de estancias reducidas pero frecuentes, la estrategia del Gobierno Federal para recorrer días festivos a los lunes para tener un fin de semana largo, ha tenido gran éxito. Las personas se trasladan generalmente a destinos vecinos a su lugar de residencia, por carretera, para pasar 2 o 3 días en una ciudad diferente y aunque es una actividad que, en México, se hace con frecuencia, durante la pandemia se lanzaron incluso programas como Viaja en corto, en el que 6 Estados del país firmaron un acuerdo para promover los viajes entre dichos destinos.

Ahora bien, lo referente a viajar con conciencia, en México están involucradas la Adventure Travel Trade Association (ATTA), la Asociación Mexicana de Turismo de Aventura (AMTAVE) que invitan a todos los operadores de ciclismo en el país para formar parte de un directorio y existen rutas que combinan diversidad de paisajes, climas y tradiciones de cada región, por ejemplo:

1. Reserva de la Biósfera Tehuacán-Cuicatlán-Loop Norte. Puebla
2. La Baja Divide. Baja California Norte y Sur
3. Ruta del ferrocarril y el pulque. Texcoco, Estado de México
4. Ruta de Tepoztlán por el “Mar de Lava” Ciudad de México y Morelos
5. Ruta del Valle de los Centinelas Ciudad de México y Estado México

Sobre la tendencia del slowtourism, en México, los destinos turísticos que más se adaptan a esta tendencia son Cozumel y San José del Cabo (Forbes, 2020), es decir, destinos de playa, sin embargo, también es cierto que cada vez más turistas encuentran el descanso y la relajación en la cultura, en la historia, en la arquitectura y optan por destinos coloniales y patrimoniales. De la mano con esto, el visitante busca tener la experiencia de vivir como un local, consumir en donde habitualmente lo hace un residente, realizar actividades similares, participar de tradiciones y festividades. Las posibilidades son interminables, pues México goza de mega diversidad natural y cultural de norte a sur del país, no obstante, el desarrollo requiere de gestión ordenada e intervención de todos los públicos: comunidad receptora, iniciativa privada, analistas, profesionales. De igual forma, México se posiciona en el segundo destino de Turismo de Salud a nivel mundial (Bancomext), recibiendo 1.2 millones de visitantes al año, tan sólo por detrás de Tailandia que recibe 1.8 millones de visitantes al año.

Se sugiere la implementación de modelos y/o estructuras ya probadas que, como el Modelo de gestión sostenible para el desarrollo turístico en vinculación con la universidad propuesto por Doumet, Mendoza y García (2017), el cual incluye elementos que deben considerarse en una planificación estratégica, como lo es el diagnóstico, el planteamiento de objetivos, estrategias y programas, dentro de un marco organizado que permita su ejecución. competitividad municipal. A dicho modelo se sugiere añadir el eslabón gobierno, para garantizar la aplicación del marco legal como supraestructura planteada en el modelo.



## BIBLIOGRAFÍA

- Artal-Tur, A., Navarro-Azorín, J. M., & Ramos-Parreño, J. M. (2019). Estimating the impact of cruise tourism through regional input–output tables. *Anatolia*, 30(2), 235–245. <https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1519209>
- Araujo, N., Fraiz, J. A. & Paül, V. (2012). El turismo activo como modalidad turística en expansión: Análisis de la oferta de turismo activo en España. *Contabilidad y Negocios: Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas*, 7(13), 59-70.
- Balderas, C. R. (2014). Características de la demanda de turismo de naturaleza y de aventura en Playa del Carmen. *Teoría y praxis* 9 – 24
- Barrado, D. A., & Vila, M. (2001). Turismo en espacios de montaña y naturales. *Geografía mundial del turismo. Editorial Síntesis. Madrid*, 123-149.
- Bernal-Garzon, A. K., & Blanco-Triana, H. L. (2021). Propuesta de producto turístico deportivo enfocado a la oferta de fútbol de la ciudad de Bogotá.
- Blanco, R. (2006). El turismo de naturaleza en España y su plan de impulso. *Estudios turísticos*, 169-170, 7-38
- Blázquez, Alberto. (2014). La comercialización del producto "turismo deportivo". *Dimensión Empresarial*, 12(2), 46-58. Retrieved March 31, 2022, from [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1692-85632014000200004&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632014000200004&lng=en&tlng=es)
- Bojórquez-Vargas, A. R. & Pedraza Gómez C. (2018). Infraestructura para turismo de naturaleza, transformaciones del paisaje cultural . p 189-209. En *Turismo en los entornos rurales. Teorías y experiencias*. Mexico: Universidad San Luis de Potosi.
- Buckley, Ralf C. (2000). NEAT trends: Current issues in nature, eco and adventure tourism. *International Journal of Tourism Research*, 2: 437–444. [https://doi.org/10.1002/1522-1970\(200011/12\)2:6%3C437::AID-JTR245%3E3.0.CO;2-%23](https://doi.org/10.1002/1522-1970(200011/12)2:6%3C437::AID-JTR245%3E3.0.CO;2-%23)
- Comité Nacional de Vigilancia Epidemiológica (2020).
- Cornejo-Ortega, J. L., Chávez-Dagostino, R. M., & Espinoza-Sánchez, R. (2019). Prospectiva del turismo de naturaleza en la costa de Jalisco. *Revista Inves gaciones Turísticas* (17), pp. 189-212. [h p://dx.doi.org/10.14198/INTURI2019.17.09](http://dx.doi.org/10.14198/INTURI2019.17.09)
- Datur (2020) Compendio estadístico del turismmo en México. Secretaría de Turismo.
- Doumet, N. Y, Mendoza, L, & García, N. (2017). Modelo de gestión turística local sostenible. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.
- Fredman, P., Wall-Reinius, S. & Grundén, A. (2012) The Nature of Nature in Nature-based Tourism, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(4), 289-309, DOI: [10.1080/15022250.2012.752893](https://doi.org/10.1080/15022250.2012.752893)
- Galván, K & Pérez, M. (2021). Slowmads, segmento atractivo para el reposicionamiento de los destinos guanajuatenses. *Revista Digital del Observatorio Turístico* (2).

- García, C., Pérez, B., Navarrete, M.C. (2017). La importancia del turismo religioso en México. *International Journal of Scientific Management and Tourism*. 3 (1), 133-146
- Gibson, H. J. (2003) Sport Tourism: An introduction to the Special Issue, *Journal of Sport Management*, 17, 205-213.
- González Molina, A. (2008). Rasgos caracterizadores del turismo activo y turismo deportivo e importancia económico-social y estructural de nuevas formas emergentes. *Acciónmotriz*, (1), 102-121.
- Gram, M. (2005). Family holidays. A qualitative analysis of family holiday experiences. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(1), 2-22.
- Grande, J. (2006). La evolución del turismo rural en España y las nuevas oportunidades del turismo de naturaleza. *Estudios turísticos*, 169-170, pp. 85-102.
- Guimarães, A. C. & Kyoko, E. (2020). Hospitalidad y servicios en el turismo religioso. *Estudios y perspectivas en turismo*, 29(3), 667-689. Recuperado en 31 de marzo de 2022, de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322020000300667&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322020000300667&lng=es&tlng=es).
- Honey, M. (2008). *Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?* (Vol. 38). Washington, DC: Island press.
- IDITUR-Ostelea (2021). Tendencias en viajes, Informe publicado el 30 de noviembre de 2021 por el centro de investigación, elaborado por Claudio Milano, Director de Máster en Gestión Turística Sostenible de Recursos y Destinos, en Barcelona, España. Recuperado de: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/tendencias-en-turismo> Última revisión 13 de diciembre de 2021.
- Jiménez-Naranjo, H. V. (2019). Modelo para la clasificación del turismo deportivo. *Eracle. Journal of Sport and Social Sciences*, 2, 5-21.
- Kieffer, M. (2018). Conceptos claves para el estudio del Turismo Rural Comunitario. *El periplo sustentable*, (34), 8-43.
- Krippendorf, J. (2001) *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Aleph
- Latiesa, M., & Paniza, J. L. (2006). Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis. *Revista internacional de sociología*, 64(44), 133-149.
- López, L. (2016). El turismo deportivo como elemento dinamizador de la oferta turística de Segovia.
- Madera-Pacheco, J. A. (2020). Turismo rural: desafíos de las comunidades rurales en el contexto del COVID-19. *Dimensiones Turísticas*, 4(7), 181-190. <https://doi.org/10.47557/YISD4269>
- Martínez, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193 (785): a396. doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>
- Millán, G. & Pérez, L. M. (2017). El turismo religioso en distintas zonas geográficas de España: características de los turistas. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 75, 29-54

- Millán, M. G., Pérez, L. M. & Morales, E. (2010). Turismo religioso en el Camino de Santiago. *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente. RESTMA*, 10 75-94
- Nickerson, N. P., & Jurowski, C. (2001). The influence of children on vacation travel patterns. *Journal of vacation marketing*, 7(1), 19-30.
- Oliveira, C. D. M. de (2004). Turismo religioso. Editora Aleph, São Paulo
- Organización Mundial de Turismo. Panorama del Turismo Internacional 2019
- Organización Panamericana de la Salud (2020)
- Peralta Palma, R. (2016). Tesis Motivaciones del Turismo Deportivo Activo y Turismo Deportivo Pasivo en las Escaramuzas, para obtener el título de licenciada en turismo por la Universidad Autónoma del Estado de México.
- Pérez, V., Guerrero, F., González, M., Pérez, F., & Caballero, R. (2014). La sostenibilidad de los destinos cubanos de turismo de naturaleza: un enfoque cuantitativo. *Tourism & Management Studies*, 10(2), 32-40.
- Picornell, M., Pomar, A. M., & Benito, I. (2002). Guía de criterios para el desarrollo de actividades recreativas en espacios naturales protegidos. *Actas del XI Coloquio de Geografía Rural*, 225-231.
- Ramírez, O. I. (2013). Turismo deportivo: promoción para la diversificación de la oferta turística en Manzanillo, Colima. *Revista TuryDes*. 6(15).
- Rebassa, À. El turismo familiar como alternativa de negocio en el mercado turístico balear. *Memòria del Treball de Fi de Grau*
- Robbins, D., Cho, J. (2012). Slow Travellers – Who Are They, and What Motivates Them?. Conference Proceedings of BEST EN Think Tank XII: Mobilities and Sustainable Tourism, 144-160.
- Robles, J. (2003). Turismo Religioso: Alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y desarrollo. *Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, 6(316), 742-798.
- Schänzel, H. (2012). The inclusion of fathers, children and the whole family group in tourism research on families. *Family tourism: Multidisciplinary perspectives*, 56, 67-80.
- Schänzel, H. & Yeoman, I. (2015). Trends in family tourism. *Journal of Tourism Futures*. Vol 1 (2), 14-147
- Taborda de Jesus, E. (2018). Turismo Religioso. Los católicos y la búsqueda de sentido Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 27, núm. 2, february-april, 2018, pp. 446-459 Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Buenos Aires, Argentina. *Estudios y perspectivas en turismo*, 27(2), 446-459.
- Tobón, S. M. & Tobón Perilla, N. (2013). Turismo religioso: fenómeno social y económico. *Turismo y Sociedad*, 14(), 237-249. [fecha de Consulta 31 de Marzo de 2022]. ISSN: 2346-206X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576261184014>
- Wearing, S., & Neil, J. (1999). Ecoturismo: Impacto, Tendencias y posibilidades. Editorial Síntesis. Madrid, España, 24.