

**TURISMO DE NEGOCIOS ENFOCADO A LA SOSTENIBILIDAD EN LOS
PAÍSES DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO**



**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TANIA LIZETH BARAHONA CASTEBLANCO

TUTOR: FLOR AMPARO MEDINA CHAMORRO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: COMPETITIVIDAD Y REDES DE VALOR

BOGOTÁ D.C.

NOVIEMBRE 11 DE 2022

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a Dios, quien me ha dotado con grandes capacidades intelectuales, físicas y emocionales, las cuales me dieron la fortaleza para superar todos los obstáculos por los cuales tuve que atravesar durante la realización de este proyecto. A mi madre, por su amor y compañía, por su apoyo, amor y sacrificio, por ser mi guía e inspiración en los momentos más difíciles. Es por esto, que dedico este proyecto a mi madre y cada uno de los logros siguientes a este, pues, aunque sea algo inmaterial, mi voluntad logró cristalizarse en cada una de las palabras aquí escritas, dando valor a mi carrera profesional y convirtiéndose en un orgullo personal. También lo dedico a mis hermanos, quienes ahora comienzan su propio camino y deseo, de todo corazón, que les sirva de inspiración para lograr todo aquello que se propongan.

Por otro lado, agradezco a mi tutora de grado, por sus consejos e ilustración en la realización del proyecto. Por último, agradezco a la Universidad Piloto de Colombia y sus directivos por darme el espacio de aprender y brindarme los conocimientos necesarios para continuar creciendo profesional y personalmente.

Resumen

El presente trabajo busca brindar una perspectiva comparativa del sector turístico y su segmento de negocios y reuniones a nivel global de manera general y más detallada en los países que conforman la Alianza del Pacífico, dando una mirada hacia un enfoque más sostenible y resiliente con el medio ambiente y analizar el impacto económico a nivel regional y las diferentes variables directas e indirectas por la cuales ha atravesado la historia del turismo hasta hoy. Del mismo modo, según los datos disponibles, se analiza el segmento negocios y reuniones, unos de los más importantes dentro de la economía turística y a su vez, el más susceptible a los cambios externos globales.

Por tanto, la finalidad de este proyecto de estudio e investigación es plantear una revisión a detalle con respecto a la transformación del sector turístico y la manera como ha logrado acoplarse a las crisis mundiales y sus nefastas circunstancias en la mayor parte de los casos.

Palabras Clave

Sostenibilidad – Turismo – Segmento de Negocios – Crisis – Globalización – Empleo – Culturas – Producto Interno Bruto – Oferta y Demanda - Alianza – Cooperación – Rueda de Negocios – Resiliencia – Interconectividad.

Abstract

This paper seeks to provide a comparative perspective of the tourism sector and its business segment and meetings globally in a general and more detailed way in the countries that make up the Pacific Alliance, looking towards a more sustainable and resilient approach to the environment and analysing the economic impact at regional level and the different direct and indirect variables through which it has traversed the history of tourism until today. Similarly, according to the available data, the business and meetings segment is analyzed, one of the most important within the tourism economy and in turn, the most susceptible to global external changes.

Therefore, the purpose of this study and research project is to propose a detailed review regarding the transformation of the tourism sector and how it has managed to adapt to the global crises and their dire circumstances in most cases.

Keywords

Sustainability - Tourism - Business Segment - Crisis - Globalization - Employment - Cultures
- Gross Domestic Product - Supply and Demand - Alliance - Cooperation - Business Round
- Resilience - Interconnectivity.

Índice de Contenido

Introducción	9
1 Características Generales del Proyecto	11
1.1 Planteamiento del Problema	12
1.2 Objetivos	12
1.2.1 Objetivo General	12
1.2.2 Objetivos Específicos.....	13
1.3 Justificación.....	13
1.4 Metodología.....	13
1.5 Marco Teórico.....	14
OBJETIVO 1. Comparación de la oferta y demanda del Turismo y del segmento de reuniones entre los países de la Alianza del Pacífico.	29
2 Contexto del Turismo de Reuniones	29
3 Oferta y Demanda del Turismo de Reuniones en Latinoamérica	31
4 Alianza del Pacífico	33
4.1 Chile.....	35
4.1.1 Oferta y Demanda.....	39
4.2 México.....	44
4.2.1 Oferta y Demanda.....	50
4.3 Perú.....	53
4.3.1 Oferta y demanda	59
4.4 Colombia.....	64
4.4.1 Oferta y demanda	71
5 Perfil del turista de reuniones latinoamericano.....	75
5.1 Networking	77
OBJETIVO 2. ¿Cómo ha afectado el COVID-19 al sector turístico y el segmento del turismo MICE de los países miembros de la Alianza del Pacífico?.....	81
6 Contexto económico Mundial del Turismo 2019 vs 2020.....	81
7 Impacto y consecuencias del Covid-19 en la economía del sector turístico y de negocios en las Américas durante el 2020 y 2021	84
8 Proyecciones y planes de acción para la reactivación del turismo en los países miembro de la Alianza del Pacífico.	90

OBJETIVO 3. Análisis del sector turístico postpandemia Covid-19 de los países de la Alianza del Pacífico y sus proyecciones para la recuperación de sector.	94
9 Análisis del comportamiento del sector turístico y su recuperación.....	94
10 Análisis del turismo MICE en los países de la Alianza del Pacífico y sus proyecciones.	97
10.1 Colombia	98
10.2 Chile.....	101
10.3 México.....	104
10.4 Perú.....	105
11 Reinversión del Sector Turístico: nuevas tendencias	108
11.1 La Sostenibilidad como foco principal para destinos y alojamientos.	108
11.2 Pequeños destinos como protagonistas principales.	108
11.3 Programas de Fidelización	109
12 Conclusiones	112
13 Recomendaciones	114
Bibliografía.....	115

Listado de Gráficas

<i>Gráfica 1. Evolución de las llegadas de turistas extranjeros, serie 2009-2019 (miles).....</i>	<i>36</i>
<i>Gráfica 2. Llegada de turistas y Salida de chilenos entre los países de Alianza Pacífico 2019</i>	<i>37</i>
<i>Gráfica 3. Principal motivo de viaje 2019.....</i>	<i>38</i>
<i>Gráfica 4. Comportamiento Histórico de Visitantes Internacionales a México 2010-2019.</i>	<i>45</i>
<i>Gráfica 5. Flujo de Salida de Mexicanos al Exterior 2010-2019</i>	<i>45</i>
<i>Gráfica 6. Llegada de turistas a México provenientes de los países de Alianza Pacífico del 2017-2019.....</i>	<i>47</i>
<i>Gráfica 7. Llegada y Salida de turistas discriminados por motivo de viaje 2019</i>	<i>48</i>
<i>Gráfica 8. Variación anual de visitantes por Negocios a México (2017-2019.....</i>	<i>49</i>
<i>Gráfica 9. Variación porcentual anual del crecimiento en el número de Habitaciones disponibles por Tipo de Centro Turístico 2017-2019.....</i>	<i>52</i>
<i>Gráfica 10. Histórico de Llegada de Turistas Internacionales (Millones) a territorio peruano para el periodo 2010-2019.....</i>	<i>54</i>
<i>Gráfica 11. Histórico de Salida de Peruanos Residentes (Millones) a destinos internacionales para el periodo 2010-2019.....</i>	<i>56</i>
<i>Gráfica 12. Llegada de turistas a Perú provenientes de los países de Alianza Pacífico del 2017-2019.....</i>	<i>57</i>
<i>Gráfica 13. Llegada de turistas a Perú discriminados por Motivo de Viaje 2019</i>	<i>58</i>
<i>Gráfica 14. Turistas que visitan Perú por Negocios 2017-2019.....</i>	<i>59</i>
<i>Gráfica 15. Evolución del Desempeño de la Oferta y la Demanda hotelera en el Perú.....</i>	<i>60</i>
<i>Gráfica 16. Oferta de alojamiento en el Perú 2010-2019</i>	<i>63</i>
<i>Gráfica 17. Comportamiento histórico del flujo de turistas receptivos en Colombia 2012-2019.....</i>	<i>65</i>
<i>Gráfica 18. Comportamiento histórico del flujo de salida de residentes colombianos al exterior 2012-2019.....</i>	<i>66</i>
<i>Gráfica 19. Llegada de turistas a Colombia provenientes de los países de Alianza Pacífico del 2017-2019.....</i>	<i>68</i>
<i>Gráfica 20. Llegada de Turistas a Colombia discriminados por motivo de viaje 2019.....</i>	<i>69</i>

<i>Gráfica 21. Comportamiento de la ocupación hotelera en Colombia 2010-2019.....</i>	<i>72</i>
<i>Gráfica 22. Motivo de viaje de los Huéspedes</i>	<i>73</i>
<i>Gráfica 23. Millones de turistas que visitaron los países de Alianza Pacífico por negocios durante el 2019.....</i>	<i>78</i>
<i>Gráfica 24. Cronología de Impacto Económico Turístico en el mundo 2006-2020</i>	<i>82</i>
<i>Gráfica 25. Contribución al PIB turístico global de la región de las Américas del 2019 al 2021.....</i>	<i>86</i>
<i>Gráfica 26. Distribución de la composición del segmento del Turismo MICE en América Latina</i>	<i>87</i>
<i>Gráfica 27. Reuniones afectadas a nivel global durante el 2020</i>	<i>88</i>
<i>Gráfica 28. Recuperación del sector turístico en el mundo para el 2022.....</i>	<i>95</i>
<i>Gráfica 29. Comportamiento del sector turístico durante el periodo enero-junio para los años de 2019 a 2022</i>	<i>99</i>
<i>Gráfica 30. Comportamiento del sector turístico chileno del 2019 hasta proyección del 2022</i>	<i>102</i>
<i>Gráfica 31. Comportamiento del sector turístico en México durante el periodo enero-junio del 2021 vs 2022</i>	<i>104</i>
<i>Gráfica 32. Comportamiento histórico del sector turístico en Perú hasta junio del 2022</i>	<i>106</i>

Listado de Tablas

<i>Tabla 1. Establecimientos de Alojamiento Turístico del Registro Nacional de Prestadores de Servicio Turísticos de SERNATUR, según región, año2019.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 2. Número de empresas por actividades del Turismo, 2019</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 3. Habitaciones disponibles por año y Tipo de Centro Turístico 2017-2019.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 4. Total de turistas que visitaron los países de Alianza Pacifico durante el 2019 y porcentaje de turistas que lo hicieron por negocios.....</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 5. Diferencia económica (USD) estimada de eventos MICE realizados en los países miembro de la Alianza del Pacífico 2019 vs 2020</i>	<i>89</i>

Introducción

En las últimas cinco décadas, el sector turístico ha tomado gran relevancia como parte de la economía mundial, aportando el 10,4% del PIB global en 2019 y generando más del 10,6% del total de los puestos de trabajo a nivel global, según informó la WTTC (Organización Mundial del Turismo, sus siglas en inglés) en su Informe anual de Impacto Económico. Este sector, además de significar ocio y descanso, se ha convertido en un estilo de vida y principal fuente de ingresos para muchos países isleños, asimismo, ha logrado convertirse en el puente hacia la unión y cooperación económica entre gobiernos latinoamericanos como la Alianza del Pacífico, la cual propone a este sector como principal integrador del acuerdo, fortaleciendo los lazos políticos y estrechando las brechas culturales y económicas aun existentes en los países que la conforman.

Ahora bien, la nueva apuesta de este sector es hacia la sostenibilidad y resiliencia con el entorno natural que caracteriza a esos hermosos países en tierras peruanas, mexicanas, chilenas y colombianas. Es por esto que el sector turístico busca una transformación total hacia lo natural y la protección y cuidado del mismo; como parte del cambio, los gobiernos implicados han puesto en marcha diversos planes de acción en contra del cambio climático, la concientización de su soberanía y la educación de las generaciones futuras.

Por otro lado, en materia económica, el segmento de negocios o también llamado turismo de reuniones, incentivos, convenciones y exposiciones (MICE, por sus siglas en inglés) es uno de los segmentos del sector turístico que más impacto a tenido en la economía global, ya que capta anualmente 1.5 millones de participantes de todo el mundo y generando

una ganancia de 1.07 trillones de dólares aproximadamente (cifras hasta el 2019, publicadas por WTTC). Para Latinoamérica, ha sido el sector con el crecimiento más constante y sostenido dentro de la industria turística, logrando posicionar a las ciudades más destacadas de la región entre las 50 más importantes dentro del ranking anual establecido por la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA). Adicional a esto, el mayor atractivo de la región para la realización de todo tipo de eventos y congresos, es la facilidad de los tramites aduanales y migratorios, así como beneficios fiscales y económicos tales como la exención del IVA de hasta un 15% para los organizadores de ruedas de negocios y conferencias. Además, la cultura, la gastronomía, la música y el folclor de cada país brindan una experiencia única e inolvidable a sus visitantes.

Por otra parte, el estudio MICE Travel Report, elaborado por IBTM Américas en 2018, demostró que 2016 y 2017 fueron los años de auge para este segmento, con un crecimiento del 56% en los viajes realizados a la región por negocios o asistencia a eventos de la misma índole. El estudio también expuso que Estados Unidos es el mayor emisor de turistas MICE a Latinoamérica, abarcando el 50% del total de las llegadas de turistas a la región. Sin embargo, América Latina aún tiene muchos retos por delante, entre ellos la digitalización total y la actualización e implementación de tecnologías vanguardistas a sus eventos y escenarios; la mejora en infraestructura y espacios más dinámicos; la transformación del sector logístico en cuanto a transporte y cadenas de valor; la implementación de recurso humano más capacitado y garantizar la seguridad de los participantes a estos eventos.

En consecuencia, el surgimiento de nuevos retos para esta industria es más frecuente y cada vez más agresiva, ya que no solo es una industria económicamente frágil sino también esta estrechamente ligada con los factores directos e indirectos que puedan afectar de manera positiva o negativa el entorno natural; ejemplos de estos factores pueden ser desastres naturales, pandemias, guerras, calentamiento global, etc., Estos son factores externos que perjudican la industria y que durante décadas, la historia de turismo ha sido marcada por grandes acontecimientos globales, de los cuales ha logrado recuperarse y transformarse.

1 Características Generales del Proyecto

1.1 Planteamiento del Problema

La industria del Turismo ha tenido que afrontar diversos acontecimientos durante su historia, los cuales han sido más perjudiciales que beneficios para el desarrollo y el crecimiento del sector, sin embargo, ha demostrado ser un sector versátil y resiliente gracias a los diferentes segmentos que lo componen, entre estos, el segmento MICE o turismo de reuniones el cual sigue siendo el punto de enfoque para estrechar aun más las relaciones políticas, sociales y económicas entre los países que componen la Alianza del Pacifico, sin embargo, este segmento se ha visto fuertemente afectado por factores como el deterioro medioambiental debido a las malas practicas de los participante de dichos eventos, es por esto que, la finalidad del estudio, se enfoca en estudiar los antecedentes de practica y buscar su fortalecimiento dentro de la economía turística y así mismo, convertirse en eje principal de integración dentro de la Alianza del Pacifico y funcionar como motor de cambio y trascendencia a hábitos sostenibles, así que ¿Cómo ha logrado en las últimas décadas el segmento de negocios transformarse sosteniblemente y ser el motor de integración entre los países de la Alianza del Pacifico?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Estudiar y analizar los antecedentes de la industria turística, enfocada en el segmento de negocios que permita observar su evolución y trascendencia sostenible teniendo en cuenta las condiciones dadas antes y después de la pandemia por Covid-19 en 2020.

1.2.2 *Objetivos Específicos*

1. Comparar la oferta y demanda del sector turístico del segmento de reuniones entre los países de la Alianza del Pacífico.
2. Exponer las consecuencias del Covid-19 en el sector y sus precedentes en los países miembros de la Alianza del Pacífico
3. Analizar el sector turístico postpandemia de los países de la Alianza del Pacífico y sus proyecciones para la recuperación de sector.

1.3 Justificación

Dadas las terribles circunstancias por la cuales el turismo ha tenido que afrontar debido a la pandemia por Covid-19 originada en 2020, se espera que este estudio brinde una perspectiva más amplia y comparativa de lo que era el sector turístico antes de la pandemia y en tuvo que transformarse durante y después de la pandemia, generando cambios muy positivos a la industria como lo es la sostenibilidad y la concientización de la importancia del medio ambiente, así mismo, se busca dar respuesta al planteamiento inicial analizando las diferentes variables que componen el segmento de negocios y la importancia de este para economía y sostenibilidad de los países que conforman las Alianza del Pacífico.

1.4 Metodología

En general, el estudio se realizará con una investigación de alcance descriptivo, la cual permita reunir los datos más importantes de fuentes confiables de los países involucrados en esta investigación, con el fin de poder describir y analizar con mayor precisión los antecedentes, argumentos y conclusiones que permitan llevar a cabo la realización de este proyecto investigativo.

1.5 Marco Teórico

El sector del turismo se ha convertido en un factor de gran importancia para el desarrollo económico de los países, debido a la belleza de sus paisajes, su fauna y flora, gastronomía y cultura, son los principales atributos que mueven miles de personas al año alrededor del mundo. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), en los últimos 10 años el turismo ha crecido un 70% en todo el mundo, tan solo en el 2019 la cifra aumentó un 4% con 1.5 millones de llegadas internacionales en comparación al 2018, siendo el continente europeo el más visitado con 750 millones de llegadas internacionales, lo cual representa el 51% del mercado mundial, le sigue Asia y Pacífico con un 25% y en tercer lugar se encuentra América Latina con un 15%, África con el 5% y por último Oriente Medio con el 4%. El turismo se ha convertido en una fuente económica de vital importancia ya que anualmente mueve alrededor del +3% del PIB mundial, así lo señaló la WTTC (World Travel & Tourism Council) en 2019 junto a la OMT en su reporte al finalizar el año 2019.

Sin embargo, diversos estudios concluyen en que la falta de planeación de este sector ha generado en muchos países un desarrollo económico no incluyente, un aprovechamiento no sustentable de los recursos naturales y la anarquía en el desarrollo de los espacios territoriales con potencial turístico (Alvarado & Martínez, Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable, 2012), es decir que, a pesar del potencial del turismo en cada país, la desigualdad y la inequidad económica obstruyen un crecimiento sano y sostenible para el sector, esto se debe a que el Turismo, al igual que todo, ha tenido una trascendencia en el mundo y tenido que evolucionar y adaptarse al comportamiento humano y a las sociedades globalizadas de la actualidad.

Ahora bien, para explicar un poco este proceso histórico de transición hacia el desarrollo, Rostov (1965) propone en su teoría de desarrollo propone un camino compuesto de cinco etapas: a) la sociedad tradicional, b) precondition para el despegue, c) proceso del despegue, d) camino hacia la madurez y e) la sociedad de alto consumo masivo. Para Rostov *“todas las sociedades partían de una etapa tradicional y la mejor manera de conseguir y acelerar la transición hacia las etapas más avanzadas era seguir el camino de cambio experimentado por los países desarrollados”* (Furtado, 1965)

Este autor, en su teoría le da un gran peso a cada una de las etapas por las cuales la sociedad tradicional debe pasar para convertirse en una sociedad desarrollada o moderna, en pocas palabras Rostov proponía que se redujese la brecha económica entre países y que aquellos que tenían mayores recursos económicos apoyaran a los países del tercer mundo con ayudas monetarias, de tecnología y capacitación en la misma. Gracias a esto, en los años sesenta inicia en América Latina el Plan Marshall y la Alianza para el progreso, ambos con el objetivo de minimizar la brecha económica por la cual atravesaban los países y combatir la pobreza y la desigualdad. La etapa de la modernización, según Rostov, tiene lugar a principios del siglo XX, sin embargo, comienzan a surgir nuevos teóricos quienes argumentan que las costumbres de una sociedad tradicional no deben anteponerse al desarrollo o modernización de esta.

Surge una nueva teoría, la teoría de la dependencia, desarrollada principalmente por Raúl Prebisch, representante de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la cual fue perfeccionándose a lo largo de la década de los setenta gracias a varios

teóricos como Andre Gunder Frank, Raúl Prebisch, Theotônio Dos Santos y, Enrique Cardoso, entre otros.

“La teoría del desarrollo se centró en localizar los obstáculos a la plena implantación de la modernidad y en definir los instrumentos de intervención capaces de alcanzar los resultados deseados en el sentido de aproximar cada sociedad existente a esa sociedad ideal” (Do Santos, 2002). El resultado de esta teoría fue la separación del mundo en dos partes, países “centrales” y “periféricos”, los primeros enfocados al avance tecnológico e industrial y los segundos enfocados en la producción de materia primas, productos agrícolas y recursos minerales, por lo que, desde un punto de vista positivo, nace una relación de cooperación y ayuda mutua con un mismo horizonte, la modernización. No obstante, esta relación no duro mucho, pues los países subdesarrollados no podían transitar hacia el modernismo sin industrializarse, pues no podían ser competitivos en el mercado internacional siendo solo pequeños productores de bienes agrícolas y materias primas.

Por lo tanto, la teoría de la dependencia se centra en el nacimiento de esa relación y necesidad mutua entre países centrales y de la periferia, reconocimiento del sector industrial como impulsor de desarrollo nacional gracias a los bienes con valor agregado que se comercializaban mejor que los productos agrícolas, esto trajo consigo un incremento en los salarios y demanda de mano de obra mejor calificada y, por ende, el incremento del bienestar social capital. *La teoría de la dependencia permitió que algunos estructuralistas sostuvieran que “la originalidad del paradigma estructuralista” reposaba en la proposición de que el desarrollo y el subdesarrollo constituían en realidad un único proceso, puesto que el centro*

y la periferia estaban íntimamente ligados, al formar parte de una sola economía mundial”
(Kay, 2002)

Ahora bien, continuando con el desarrollo histórico social en el mundo, le sigue la teoría de los polos de crecimiento y los nuevos enfoques, la cual fue formulada por Perroux (1955) y posteriormente argumentadas por Boudeville (1968) plantea que las actividades del sector primaria junto con las industrias tienen un efecto positivo sobre el territorio en el que encuentren, por lo tanto es deber de los gobiernos generar condiciones óptimas para atraer industrias innovadoras y renovables, para que de forma natural los recursos económicos fluyan entre ambos sectores sin intermitencias ni obstrucciones estatales. Por tanto, en los años sesenta nace el post fordismo o modelo de acumulación flexible, el cual corresponde a los cambios que se dieron en el modo de producir los bienes industrializados, a partir de esto, se crea el concepto de “distrito industrial” entendiéndose como *“una entidad socio territorial caracterizada por la presencia activa de una comunidad de personas y de una población de empresas en un espacio geográfico determinado. En el distrito industrial, al contrario de las ciudades manufactureras, tiende a haber una ósmosis perfecta entre comunidad local y empresas”* (Sánchez, 2009). De acuerdo con este modelo, las regiones tendrían más oportunidades de aspirar al desarrollo industrial, tecnológico, económico y social si logran crear distritos industriales.

Por otra parte, un enfoque propuesto por Jeffrey Sachs, denominado Geografía Física, propone que a partir de estudios econométricos se puede determinar si existe una relación entre las condiciones naturales de una región y el crecimiento económico. (Sánchez, 2009)

Es así que la función del Estado es determinante para impulsar la actividad económica en los países subdesarrollados, a partir de la relación del territorio nación como parte del desarrollo económico.

A partir de esto, surge el modelo económico de desarrollo local, el cual se encuentra fundamentado en cuatro dimensiones básicas: Ambiental, Económica, Social y Cultural, Política.

Ambiental: en relación con los recursos naturales y a la sustentabilidad de los modelos de desarrollo adaptados en el mediano y largo plazo.

Económica: vinculada a la creación, acumulación y distribución de riqueza.

Social y cultural: referida a la calidad de vida, a la equidad y a la integración social.

Política: vinculada a la gobernabilidad e institucionalidad del territorio y a la definición de un proyecto colectivo específico, autónomo y sustentado en los actores locales. (Santos, 2004)

Siguiendo esta teoría, el autor José Arocena en su trabajo titulado *Desarrollo local: Un desafío contemporáneo (2002)*, sugiere que para que exista una sociedad local se debe tener en cuenta las características socioeconómicas y culturales, las cuales a su vez, involucran a sus actores o habitantes y estos deben tener un arraigo territorial que les permita ejercer control sobre el lugar habitado, así como la tecno-producción y comercialización de los bienes forjados en el territorio local, “la riqueza generada localmente sobre la cual los actores locales ejerzan un control decisivo, tanto en los aspectos técnico-productivos como en los referidos a la comercialización. En estos casos, los grupos locales definen sus diferentes posiciones en el sistema en función de su influencia sobre la utilización del

excedente” (Arocena, 2002). Por lo tanto, el territorio, desde esta perspectiva significa más que un espacio físico geográfico, simboliza costumbres, ritos, valores, creencias, entre muchos otros elementos culturales y económicos, es por esto que el desarrollo de los territorios depende, en gran medida, de los grupos humanos identificados con dicha tierra que potencie y explore los recursos naturales adquiridos de la mejor manera, para beneficio propio, pero especialmente primando el bien común.

Partiendo del desarrollo local y la utilización de los recursos naturales como fuente económica, nace un concepto estrechamente relacionado con el consumo de los recursos naturales y es la Sustentabilidad, es por ello que se debe analizar el contraste entre el desarrollo sustentable contrastado con el desarrollo local, ya que el buen manejo de esta relación potencia los factores productivos y económicos de una región a partir de sus recursos naturales.

Para comenzar a analizar la relación entre el desarrollo sustentable y el desarrollo local, se debe tener claro el significado del concepto “Sustentable”, en donde el Centro del Cambio Global y la Sustentabilidad (CCGS), ubicado en Tabasco, México, lo definen de la siguiente manera: *“La sustentabilidad es en realidad “un proceso” que tiene por objetivo encontrar el equilibrio entre el medio ambiente y el uso de los recursos naturales”* (CCGS, 2013). A partir de esto, se sabe que, durante la década de los setenta, el desarrollo local y la sustentabilidad fueron postuladas como dos nuevas alternativas para mejorar la calidad de vida de los habitantes y lograr un aprovechamiento responsable de los recursos naturales.

Basándose en esto, los primeros referentes se dieron lugar en Estocolmo en 1972 durante la Cumbre Mundial de Desarrollo Sostenible, organización por la organización de

Naciones Unidas, donde se abordaron temas entorno al crecimiento humano y su desarrollo, saliendo a la luz problemáticas como la centralización del poder de los gobiernos, la producción selectiva especializada basada en las tecnologías y principalmente la creciente amenaza sobre los recursos naturales y sus fuentes.

Años más tardes, en 1984, la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo se reunió con la organización de Naciones Unidas para elaborar una agenda donde se discutirán las principales problemáticas del cambio global que estaba empezando a tomar fuerza en ese entonces, se discutió la idea de un futuro más próspero y justo para el bien común, es por ello, que tres años después, en 1987, La Comisión publicó el primer informe donde se expone la idea de que un desarrollo sustentable es capaz de generar desarrollo sostenibles en términos ecológicos sino también en aspectos económicos y sociales. En ese Informe se define el “desarrollo sostenible” como *aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades*. Este nuevo concepto no solo incluye las dimensiones medioambientales sino también crea la relación hombre-naturaleza a partir del desarrollo económico regional y local. La Comisión hizo un llamado a los Gobiernos para que dieran su apoyo a encaminar sus economías a un desarrollo más sostenible y productivo.

En 1992, tuvo lugar la Cumbre sobre el Desarrollo Sostenible o “Cumbre de la Tierra” en Rio de Janeiro, Brasil, allí se llevó a cabo la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medioambiente, la cual se centró en mostrar al mundo que los factores ambientales y ecológicos están íntimamente relacionados con la actividad económica y el desarrollo social y cultural. La posición asumida por los participantes de la Cumbre de la tierra logró colocar

en el centro de discusión tres razones importantes para la coexistencia con el medioambiente:

- 1) tanto las necesidades económicas, sociales y culturales deben equilibrarse con las medioambientales para obtener resultados perdurables en el futuro.
- 2) las economías pobres y débiles influyen en gran parte en el deterioro de los recursos y del medioambiente.
- 3) las decisiones tomadas por los gobiernos más fuertes repercuten enormemente a nivel mundial.

(Alvarado & Martínez, Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable, 2012)

En resumen, se crea la Agenda 21 basada en un nuevo modelo de desarrollo sostenible que busca perdurar en el tiempo y ser más eficiente y racional en cuanto al uso y consumo de los recursos naturales, esperando que sea equitativo y beneficioso para los gobiernos participantes. Sin embargo, recae sobre los gobiernos y sus habitantes la responsabilidad de lograr y mantener el equilibrio con su entorno natural para lograr un aprovechamiento de este.

En el año 2000, en Nueva York, se celebra la Conferencia Rio +5 en donde se plantean los “objetivos de desarrollo del milenio”, centrada en las políticas de globalización y en la erradicación de la pobreza y el hambre. En 2002, se lleva a cabo en Sudáfrica la Cumbre Mundial de Johannesburgo sobre desarrollo sostenible, en donde se busca promover la responsabilidad colectiva y fortalecer los pilares del desarrollo sostenible y estrechas las relaciones con los factores económicos, sociales e interculturales en los planos, local, nacional, regional y mundial. (Alvarado & Martínez, Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable, 2013)

En cuanto a los compromisos relacionados con la actividad turística, los cuales fueron pactados en la Cumbre de Johannesburgo, el apartado 43 refiere a que se promoverá el desarrollo sostenible del turismo a fin de aumentar los beneficios que las comunidades receptoras obtienen de los recursos que aporta el turismo, manteniendo al mismo tiempo la integridad cultural y ambiental de dichas comunidades y aumentando la protección de las zonas ecológicamente delicadas y del patrimonio natural.

En síntesis, la relación entre el Turismo como parte del desarrollo local y económico de una región está estrechamente vinculado con el desarrollo sostenible y así mismo se evidencia la explotación de un sector llamativo para un nuevo mercado, los turistas, aventureros y viajeros de ocio que aprecian la belleza de paisajes inimaginables considerados paraísos naturales y utilizados en la actualidad como un recurso económico de gran importancia y de crecimiento exponencial en el mundo, es por ello que, se llega al estudio del surgimiento de una nueva relación, el Desarrollo y el Turismo, donde tiene mayor fuerza a finales del siglo XX en América Latina, basándose en el principio del turismo como motor económico regional.

En 2004, la Organización Mundial del Turismo (OMT) planteó que el turismo sustentable va más allá de lo relacionado con el ámbito ecológico o ecoturismo, este tipo de actividad puede manifestarse en diferentes categorías particulares como el ámbito del estudio, el trabajo y los negocios, teniendo siempre en cuenta las tres premisas del Turismo Sostenible, a) hacer uso adecuado y responsable de los recursos naturales, b) respetar la soberanía y socio culturalidad del país anfitrión y c) los beneficios económicos sean distribuidos de manera equitativa fomentando el sano desarrollo del sector. (OMT, 2004)

Como se puede observar, los conceptos que se tienen sobre la sustentabilidad son variados, sin embargo, se llega a una misma conclusión. Todo se trata de garantizar un equilibrio entre lo que nos ofrece la naturaleza y lo que los humanos le devuelven a cambio, esto con el fin de mantener una sana relación que perdure a futuro dando paso a las nuevas generaciones con una conciencia que respeta la naturaleza y todo lo que ello implica, para que de este modo se pueda alcanzar el desarrollo económico pleno y un desarrollo social y cultural sin interferencia alguna en los procesos biológicos y naturales del planeta.

Por lo tanto, como ya se ha mencionado, se busca garantizar el proceso natural del planeta disminuyendo la amenaza que causa la actividad humana. Para compensar y disminuir el impacto negativo causado se han creado unos Objetivos económicos y sociales los cuales se plantean cumplir durante un determinado periodo de tiempo, con estos Objetivos de Desarrollo Sostenible se espera, principalmente, lograr dos cosas, la primera, es disminuir los índices de pobreza y hambre en el mundo, dando una vida digna a comunidades abandonadas por sus gobiernos, y la segunda, disminuir las malas prácticas ambientales y crear conciencia y cultura resilientes a los cambios climáticos que se viven en la actualidad.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) cumplen un papel fundamental en este proceso, puesto que es el lazo que compromete a 196 países miembro a cumplir y lograr esos 17 Objetivos plasmados en la nueva agenda 2030. *“El paso del compromiso a la acción solo se podrá dar si el desarrollo sostenible deja de ser un asunto periférico en la toma de decisiones y se convierte en un elemento central, tanto en el ámbito público como privado.”* (OEA, 2018)

Según la OEA, el turismo supone el 8,5% del producto interior bruto y alrededor del 10% de los puestos de trabajo en Latinoamérica. La región generó más de una cuarta parte de los ingresos turísticos mundiales en 2016, lo que muestra la importancia y el potencial del sector de cara a contribuir a lograr los objetivos de desarrollo a largo plazo en la región. Kim Osbourne, secretaria ejecutiva de la OEA para el desarrollo integral (SEDI), asegura que es crucial contar con políticas y programas innovadores que promuevan los Objetivos de Desarrollo Sostenible, con el fin de hacer frente a los desafíos, amenazas y riesgos que están sobre el futuro del turismo, y así mismo, garantizar que este sector siga siendo competitivo y sostenible para cada economía que dependa o no del mismo.

Por otro lado, se ha demostrado a través de múltiples estudios que los actuales consumidores del sector se encuentran cada vez más interesados en los productos turísticos que tenga en cuenta la protección y conservación del medio ambiente y que, por supuesto, los locales sean los principales beneficiados. Un estudio reciente realizado en conjunto por la OMT y la OEA muestra que el 73% de los millenials están dispuestos a pagar más por la sostenibilidad, en comparación con el 51% de los baby boomers, lo que significa que las grandes y pequeñas empresas de este sector deben reinventarse y prestar un servicio en aras de la preservación y cuidado del medio ambiente.

Para aprovechar el impresionante potencial del turismo a fin de estimular el desarrollo sostenible, es fundamental subrayar que puede contribuir a lograr cualquiera de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El turismo está incluido concretamente como meta en los Objetivos 8, 12 y 14 sobre crecimiento económico sostenible, producción y

consumo sostenibles, y uso sostenible de los océanos y de los recursos marinos, respectivamente, haciendo operativa la consecución de dichos objetivos, en lugar de constituir meramente una aspiración. (OEA, 2018)

Ahora bien, no solo organizaciones internacionales como la Organización mundial del Turismo (OMT) y la Organización de los Estados Americanos (OEA), promueven el desarrollo Turístico sostenible, sino también existen acuerdos y tratados que permiten realizar esta práctica a una escala más local, en este caso se habla del Acuerdo de Alianza Pacífico, integrado por los países de Chile, Colombia, México y Perú, fue establecido en abril de 2011 y constituido formal y jurídicamente el 6 de junio de 2012, con la suscripción del Acuerdo Marco. Este proceso busca crear mercados atractivos entre sus países miembros para lograr una mayor competitividad a nivel internacional.

Los principales objetivos de la Alianza Pacífico se pueden resumir en: 1) Construir, de manera participativa y consensuada, un área de integración para avanzar progresivamente hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas. 2) Impulsar un mayor crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías, con miras a lograr un mayor bienestar, la superación de la desigualdad socioeconómica y la inclusión social de sus habitantes. 3) Convertirse en una plataforma de articulación política; de integración económica y comercial; y de proyección al mundo, con especial énfasis en el Asia Pacífico. (Alianza Pacífico, 2015)

Este acuerdo de integración trae consigo múltiples temas en discusión, uno de ellos es el Turismo entre los países miembro, en este tema se da prioridad al fortalecimiento y

desarrollo de las relaciones de cooperación con base en el diseño de iniciativas que busquen incrementar los flujos de turistas en la Alianza del Pacífico. Además, se suscribe el Acuerdo para el Establecimiento del Fondo de Cooperación y la Red de Investigación Científica en Materia de Cambio Climático. Adicionalmente, se tienen en cuenta temas de negocios y en materia laboral como por ejemplo la realización, desde el 2012, de 80 actividades de promoción comercial y de inversiones entre las que sobresalen las tres Macrorruedas de Negocios, las dos Macrorruedas de Turismo, los dos Foros Empresariales y los dos Foros de Innovación y Emprendimiento LAB4+, y se suma la creación del Programa de Vacaciones y Trabajo con miras a fomentar el intercambio cultural entre los jóvenes.

Con lo anterior, se da paso al Turismo de Negocios, del cual se han escuchado diferentes términos relacionados al sector, tales como turismo de convenciones, congresos, exposiciones, entre otros, sin embargo, es importante resaltar que el Turismo de Negocios ha tenido una importante evolución durante los últimos años, haciendo que haciendo que el concepto de negocios también evoluciones y se busque unificar todos los conceptos mencionados anteriormente, por ello, hoy en día se conoce también como Turismo de Reuniones, que abarca de mejor manera las actividades realizadas dentro de este sector. Por otra parte, existe también un significado propio del concepto Turismo de Reuniones, por lo tanto, según la Organización Mundial del Turismo, lo define como “...*aquel que se realiza fuera del lugar habitual de trabajo, pero sin obtener ninguna remuneración extra en el lugar de destino, y se realiza para asistir a ferias; congresos y convenciones; actividades comerciales; prestación de servicios empresariales y/o profesionales*”. Este tipo de turismo ha sido catalogado como uno de los segmentos más importantes para el desarrollo del sector Turístico en general, pues se ha convertido es un generador de ingresos, empleo, inversión e

incluso se puede compartir y aprender con otras culturas de una manera mas profesional.
(Asociacion de Estados del Caribe, 2017)

Partiendo de lo anterior, surgen dos subclases dentro del Turismo de Reuniones, el Individual y el Grupal, el primero comprende viajeros de negocios que por cuestiones inherentes a sus actividades se desplazan de una ciudad a otra o de un país a otro para desarrollar actividades relacionadas con su profesión, el segundo comprende los eventos que conocemos como Congresos, Convenciones y Exposiciones.

La realización de las actividades del Turismo de Reuniones o de Negocios impulsa de manera indirecta otros sectores de la economía tales como el sector hotelero para alojamiento y como lugar de reunión o centro de convenciones, el sector gastronómico, el sector de transporte y el sector cultural, este último es uno de los más estudiados a la hora de escoger un espacio como lugar de reunión, pues siempre se busca un ambiente agradable y cómodo para las partes involucradas. (Martín Roda, 2011)

El turista de negocios comparte una estrecha relación con su función y el lugar de destino, respecto a esto, Kessler define esta relación de la siguiente manera: *"el turista de negocios no es una persona que, exclusivamente, consume paisaje y contempla la estética del mismo, sino que más bien se trata de un oportunista interesado en la adquisición de conocimientos y bienes; y en el intercambio de los mismos"* (Kessler, 2000) Admitiendo lo expuesto por el autor, lo anteriormente citado se puede resumir en que la característica principal de un turista de reuniones o de negocios es el cumplimiento de la agenda establecida por la corporación o para la que trabaja, por lo tanto el espacio y territorio no son su principal

interés sino la herramienta o el medio para un fin de carácter empresarial y/o profesional.

Disfrutar de los paisajes y todo lo que ello implica es una actividad meramente adicional al objetivo principal del viaje, que las actividades que desarrollan y los servicios que demandan son completamente diferentes a los requeridos por un turista convencional de ocio.

OBJETIVO 1. Comparar la oferta y demanda del sector turístico del segmento de reuniones entre los países de la Alianza del Pacífico.

2 Contexto del Turismo de Reuniones

Para Miguel Ángel Acerenza en su investigación de *Administración del Turismo Vol. 1*, entre los siglos XVI hasta el XIX comienzan a establecerse las bases del turismo moderno; desde el inicio de la industrialización, los viajes con carácter laboral o de negocios se incrementaron de manera significativa especialmente en Europa entre los años 1750 y 1900. Durante este periodo se atribuyeron tres principales razones que contribuyeron en gran escala al desarrollo de esta actividad y su posterior crecimiento en la actualidad. (Acerenza, 2001)

La primera de ellas fue la Revolución Industrial, la cual tuvo sus inicios en Reino Unido y pronto se expandió a toda Europa, lo que significó un incremento en la oferta y demanda de bienes, los cuales debían ser vendidos, distribuidos y transportados. A partir de esto surgió el arquetipo del representante comercial y con ello los viajes de negocios. En segundo lugar, la colonización en África, Oriente medio y Asia da paso a la dislocación de bienes y personas permitiendo el crecimiento del comercio, la oferta y la demanda en un mayor número y la generación de nuevas relaciones comerciales. Por último, el desarrollo del sistema de transporte, en especial el automóvil y el transporte ferroviario, lo que permitió viajar distancias más largas en menor tiempo y con mayor frecuencia (Marquez & Santos, 2017).

A partir de esto, el sector del Turismo ha experimentado cambios en su crecimiento y diversificación de sus servicios, generando un sector cada vez más competitivo,

convirtiéndose en una de las actividades clave para lograr el desarrollo económico desde el nivel regional. Según cifras de la Organización Mundial del Turismo OMT, esta industria represento el 10,4% del producto interno global en el 2018 y alcanzó ingresos mayores a los 1,4 trillones de dólares en el mismo año. (MICE, 2019) Mientras el comercio continuaba relacionándose cada vez más con actividades turísticas, las maneras de ejecutar las tareas de comercio y los medios para hacerla se iban transformando en servicios cada vez más profesionales, como las ferias, congresos, conferencias, etc., y a diferentes escalas geográficas (local, regional, nacional, internacional), por lo tanto, se asoció la importancia de la realización de diversos eventos que implican el desplazamiento de personas para generar ingresos económicos con el termino de Turismo de reuniones y/o eventos.

El segmento de Turismo de reuniones, eventos y negocios ha ocupado un puesto importante gracias a sus aportes en la economía mundial, ya que el 13% de todos los turistas internacionales en el 2018 que viajaron por negocios o motivos profesionales (OMT, 2019) aportaron 1,5 billones de dólares al PIB mundial según cifras del Event Industry Council en ese mismo año. (EIC, 2018)

Las regiones de Asia (31,7%), Europa Oriental (29,2%) y Norte América (21,7%), tiene una mayor ventaja en este sector respecto a las demás regiones en cuanto a infraestructura, instalaciones, políticas migratorias y seguridad, ocupando casi el 83% del total de participación global. En cuanto a ingresos, los eventos empresariales generaron un total de \$621.4 mil millones de dólares al PIB mundial directamente y aportó más de 10,3 millones de empleo en el 2017. (EIC, 2018) Norte América representa el 35,7% de eventos empresariales globales, aportando \$221.6 mil millones de dólares al PIB del sector y

generando un total de 3,2 millones de empleos para el mismo año, seguido por Europa occidental con un aporte de \$182.5 mil millones de dólares al PIB y respaldando 2,6 millones de empleos en la región.

En cuanto a Latinoamérica, para el año 2019, según un reporte presentado en julio del mismo año por la OMT, el crecimiento en este sector fue de tan solo +2% en comparación con las demás regiones del mundo, y su aporte global se mantuvo en 334 millones de dólares sin presentar ningún incremento porcentual. Este comportamiento se debe principalmente a las frustradas relaciones políticas y comerciales de Estados Unidos durante el gobierno Trump con países como México, quitando el beneficio económico dado a través de los tratados comerciales, además, se suman las constantes protestas sociales y sucesos violentos internos presentados en países como Chile y Colombia debido a la represión de los gobiernos actuales y las injusticias cometidas durante los últimos años.

3 Oferta y Demanda del Turismo de Reuniones en Latinoamérica

Para Latinoamérica el segmento de Turismo de negocios es una de las áreas de crecimientos más sostenido dentro de la industria del turismo y es una las regiones con mayor demanda para la realización de eventos empresariales y corporativos. Latinoamérica cuenta con atributos culturales y gastronómicos muy llamativos, pero además tiene facilidad en los procesos de trámites aduanales o migratorios e incluso con ventajas fiscales para la realización de estos eventos, por ejemplo, en Cancún, México, no se cobra el IVA a los organizadores de conferencias y congresos de carácter profesional, siendo este un ahorro de hasta un 15% en gastos para los organizadores extranjeros; en el caso de Ciudad de Panamá en Panamá, se puede contar con instalaciones de gran capacidad de manera gratuita, siempre

y cuando el evento a realizar cuenta con al menos unos 500 participantes con reservaciones de 3 noches o más en los hoteles participantes.

Por otro lado, un estudio realizado por el MICE Travel Report en 2018, dio a conocer que en los últimos 5 años el Turismo de reuniones tuvo un crecimiento de casi el 56% en Latinoamérica, siendo los años 2016 y 2017 de mayor auge, con 6,1 millones de viajes en la categoría de Turismo de reuniones. Dentro de ese mismo reporte, Estados Unidos encabeza la lista de países emisores de viajes MICE con 2,9 millones de viajes con destino a Latinoamérica, siendo casi el 50% del total de viajes para ese segmento, seguido por Argentina con 515 mil viajes, Brasil con 327 mil y por último México con 230 mil, ocupando los lugares del primero al cuarto respectivamente. (Caribbean News, 2019)

CWT Meeting & Events presento en 2019 un estudio donde considera los países latinoamericanos mejor posicionados globalmente como destinos favoritos para el turismo MICE, entre los cuales se encuentra en primer lugar Brasil ya que ofrece más de 10 mil espacios para la realización de congresos y ruedas de negocios, además cuenta con el Cristo Redentor, uno de los lugares turísticos más visitados en el mundo ubicado en Río de Janeiro. En segundo lugar, se encuentra México, el cual ofrece buena conectividad aérea y terrestre, infraestructuras hoteleras, excelente gastronomía y recintos con gran capacidad y tecnología, debido a esto México atrae 2,7 millones del total de viajes por negocios realizados a Latinoamérica, ocupando el 44% de este segmento de la industria turística. El tercer lugar lo ocupa Colombia, contando con más de 600 instalaciones completamente adecuadas, permitiendo la realización de todo tipo de reuniones y congresos, estas instalaciones se encuentran distribuidas en 30 ciudades del país, entre las más importantes se encuentran

Bogotá, Cartagena, Cali y Medellín, además Colombia cuenta con diversos carnavales y festivales de música folclórica muy famosos en el mundo como los son el Carnaval de Barranquilla, la Feria de las Flores y el Festival Vallenato. Por último, Cuba se posiciona dentro de la industria de reuniones como atractivo turístico MICE sobrepasando los 5 millones de visitantes extranjeros en 2019, siendo la Habana escogida como ciudad anfitriona para la realización del MITM Américas, el evento MICE más importante para Latinoamérica.

4 Alianza del Pacífico

Gracias a la globalización, muchos países han decidido crear diversos bloques de integración y cooperación en diferentes regiones, con el fin de eliminar barreras comerciales y migratorias entre ellos y así lograr un crecimiento mutuo. (Bonilla Cordero, Guarín Restrepo, & Sabogal Mora, 2018)

“La Alianza del Pacífico se constituyó como un área de integración regional y plantea como objetivos la de construir un área de integración profunda que permita avanzar hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas; impulsar un mayor crecimiento económico y desarrollo social de sus poblaciones para lograr un mayor bienestar y reducir las desigualdades socioeconómicas; y, conformar una plataforma de articulación política e integración económica y comercial y de proyección mundial, en especial hacia el Asia Pacífico” (García, 2013)

Los países miembros del acuerdo de Alianza Pacífico abarcan un 35% del total de los habitantes de América latina y el Caribe y el 55% del total de las exportaciones de esta región (Banco Mundial, 2018). A diferencia de otros acuerdos de cooperación o bloques

económicos, la Alianza Pacifico cuenta con un modelo de desarrollo sostenible que tiene como meta cumplir con los ODS impuestos en la agenda 2030 de las Naciones Unidas y de esta manera crear un desarrollo económico y social sostenible a largo plazo.

El turismo se ha convertido en una de las bases para la economía de los países miembro del acuerdo. Según estadísticas de la OMT, hasta el año 2017 y durante 7 años el turismo ha crecido a una tasa anual del 4% y se estima que para el 2030 las llegadas turísticas internacionales alcanzarán los 1.8 billones. El turismo representa el 7% de las exportaciones mundiales y el 10% del PIB mundial (Ramos, 2017). Por lo tanto, uno de los objetivos de la Alianza Pacifico es promover e incentivar la actividad turística entre los cuatro países de manera conjunta a través de diversos mecanismos y actividades que fortalezcan el desarrollo del sector.

La Alianza Pacifico ofrece diversos beneficios que facilitan el libre movimiento de personas entre sus países miembro, lo que a su vez favorece en gran medida la entrada y salida de viajeros y por ende el crecimiento del Turismo y todos sus segmentos. Como principales ventajas que ofrece el acuerdo, se encuentra la eliminación de visas de turismo y de negocios para los nacionales y extranjeros residentes permanentes en los países involucrados, por otro lado, el Programa de vacaciones y trabajo, permite que los jóvenes nacionales viajen y trabajen entre los países y de esta manera suplan los gastos de su viaje, convirtiéndose en una experiencia de esparcimiento cultural entre regiones.

En cuanto a los resultados obtenidos dentro de la integración de estos países, cada gobierno ha optado por implementar diferentes políticas que garanticen el buen desarrollo de

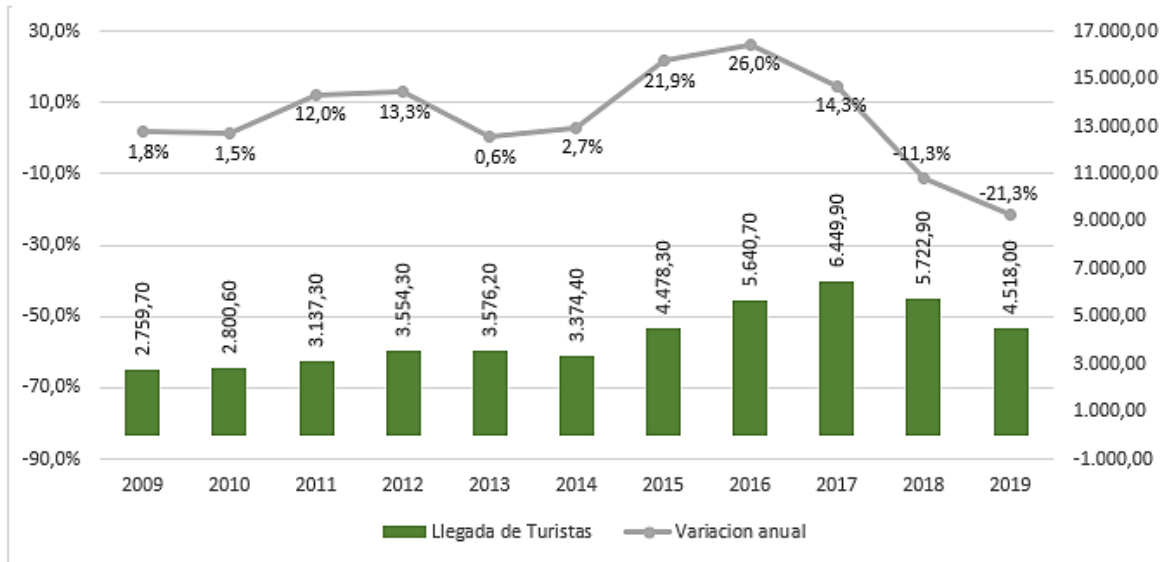
las actividades económicas y el bienestar de sus comunidades, teniendo en cuenta el aval de diferentes organizaciones tanto nacionales como internacionales que le apuestan a un turismo sostenible y responsable.

4.1 Chile

Según el anuario de turismo presentado por Sernatur en el 2019, Chile presentó un ingreso de más de 4,5 millones de turistas extranjeros, lo que representa el 12,6% del total de turistas que llegaron a América del Sur durante ese año, así mismo, el 49% del total de llegadas fueron provenientes de Argentina, seguido por Brasil (9%), Bolivia (8%), Perú (7%), Estados Unidos (4%) y el resto del mundo (23%). (World Travel & Tourism Council, 2020)

Durante la última década, Chile ha presentado una variación acumulada anual del +5,2% en cuanto a la llegada de turistas extranjeros al país, esto quiere decir que desde el 2009 al 2019 ha tenido picos constantes en cuanto al turismo receptivo y con una gran caída en los últimos dos años. En la siguiente gráfica, se puede apreciar el comportamiento del sector turístico en la economía chilena y su evolución a partir del número de llegadas de visitantes extranjeros al país en la última década.

Gráfica 1. Evolución de las llegadas de turistas extranjeros, serie 2009-2019 (miles)

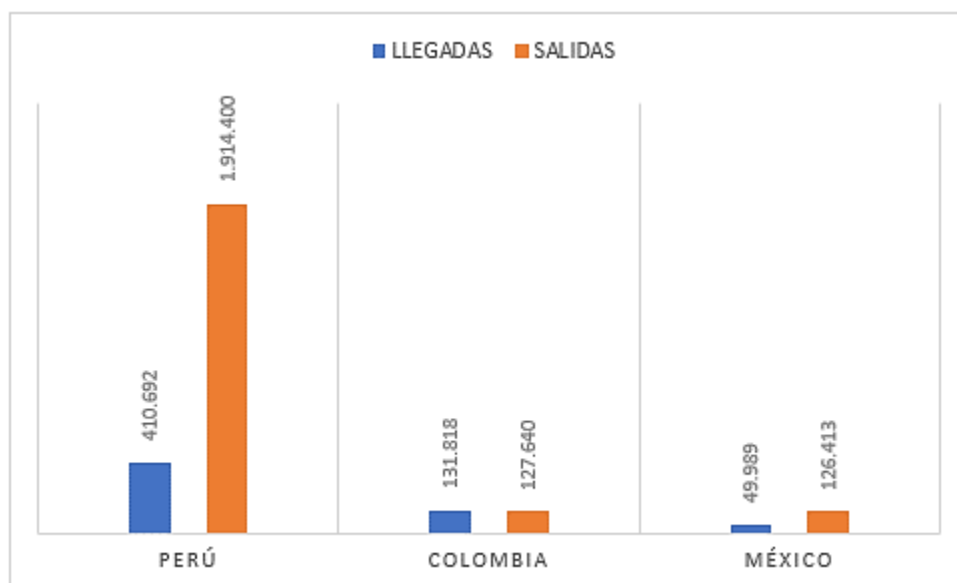


Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de Sernatur 2019

La disminución en las llegadas de turistas en los años 2018 y 2019 refleja la enorme influencia que tiene el mercado argentino en cuanto al consumo de servicios turísticos en Chile. Este mercado ha presentado un decrecimiento en el sector desde el 2017, esto es explicado en gran parte por la desaceleración económica y los desfavorables escenarios cambiarios e inflacionarios por los cuales atraviesa Argentina desde hace algún tiempo. Por otro lado, Asia, Europa y Norteamérica, presentaron variaciones positivas en relación con esos últimos dos años, destacando la participación e incremento de viajeros provenientes de España (+6,6%), China (+4,6%), Alemania (+2,7%), Inglaterra (+2,3%), Estados Unidos (+1,1%) y Canadá (+1,0%). (Sernatur, 2019)

Los países fronterizos con Chile ocuparon el 51,2% del total de llegadas de turistas extranjeros, lo que representa 2.313.858 turistas en el 2019, siendo Argentina el mercado con mayor influencia (62,0%), seguido por Bolivia (20,2%) y Perú (17,7%). Los países fronterizos representaron un aporte total de \$615,1 mil millones de dólares al sector turístico chileno. En cuanto a los turistas extranjeros provenientes de países de la Alianza Pacífico, éstos representaron el 16% del total de llegadas del continente americano (80%) a territorio chileno, lo que suma un total de 592.499 turistas provenientes de México, Perú y Colombia. En la siguiente gráfica se puede observar a detalle el movimiento de turistas y nacionales chilenos entre los países de Alianza Pacífico.

Gráfica 2. Llegada de turistas y Salida de chilenos entre los países de Alianza Pacífico 2019



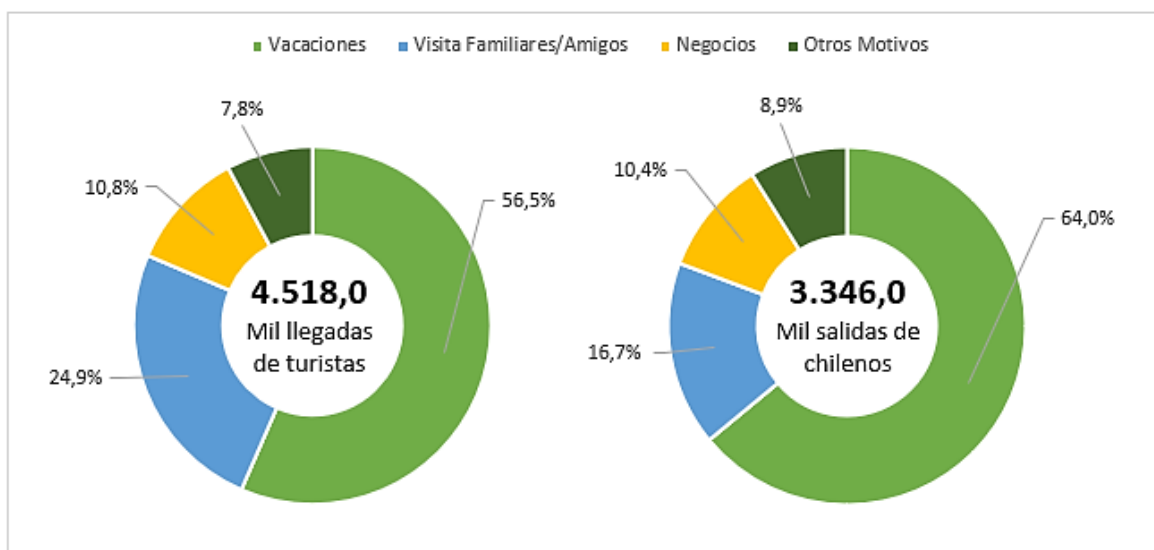
Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de Sernatur 2019

El flujo de chilenos que salieron a Perú tiene como preferencia a Lima, convirtiendo a esta ciudad en uno de los destinos con mayor demanda para viajes de negocios y ocio.

Prueba de ello, es que entre enero y mayo del 2019, viajaron alrededor de 393.040 turistas provenientes de Santiago de Chile, 16% más registrado en el mismo periodo del 2018. A esto se suma la llegada de aerolíneas *low cost* incrementando la oferta de vuelos a precios más bajos, siendo chilenos entre los 25 a 44 años la población que más utiliza este tipo de servicio. (Gestión, 2019)

Por otro lado, el sector del turismo de reuniones tuvo una participación del 10,8% del total de llegadas en 2019 a Chile, representado por aproximadamente 487.600 turistas y una variación anual desfavorable del -12,1% respecto al año anterior. Por el contrario, el principal motivo de viaje sigue siendo el ocio, con una participación de 56,5% del total de llegadas de turistas y el 64% de total de salidas de nacionales chilenos.

Gráfica 3. Principal motivo de viaje 2019



Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de Sernatur 2019

El segmento de “Otros Motivos” estuvo compuesto principalmente por razones de estudio, salud, tránsito y compras, obtuvo la variación anual más alta registrada con un

27,8% en la última década. En cuanto a la salida de chilenos al extranjero, el 29,8% se registraron durante el primer trimestre del año, así mismo, las salidas registradas con destinos europeos totalizaron en 193,3 mil turistas chilenos y en Norteamérica, Estados Unidos se posicionó como el destino turístico más costoso con un gasto promedio diario individual de \$137,7 dólares.

4.1.1 Oferta y Demanda

La oferta turística de Chile tiene un gran alcance en todo el país, el cual se puede dividir en siete zonas (Desierto de Atacama y Altiplano; Norte Gastronómico y Playas; Valle Central, Viñas y Santiago; Araucanía, Lagos y Volcanes; Isla de Chiloé y Fiordos; Isla de Pascua y Robinson Crusoe; Patagonia Norte y Carretera Astral; Patagonia Sur, Torres del Paine y Tierra del Fuego), todas con su atractivo turístico propio, clima, flora y fauna, gastronomía y temática. De norte a sur, Chile es considerado uno de los destinos más atractivos para turistas de todo el mundo, sin embargo, son seis los lugares que encabezan el listado de los sitios preferidos por los turistas. (GoChile, 2019)

Santiago de Chile (Capital)

Es el centro cultural, administrativo y financiero más importante del país y uno de los destinos principales del turismo de reuniones MICE, además, segmento de turismo de reuniones y los lugares con mayor demanda para este tipo de eventos de carácter profesional y empresarial, se destaca Santiago de Chile ocupando el puesto 37 en el listado del ICCA Statistics Report del 2019. Esta ciudad se encuentra ubicada en el Valle de Maipo y tiene una población aproximada de 6.257,5 millones de habitantes (2019). En Santiago de Chile se pueden encontrar barrios con gran riqueza cultural y arquitectónica, además de paisajes

bohemios que conectan con la naturaleza y una gran variedad de sitios de interés históricos y de entretenimiento, cuenta con aproximadamente 753 Establecimientos de Alojamiento Turístico (EAT) registrados en Sernatur con una capacidad de más de 22.256 habitaciones y 1.193 sitios para acampar con toda seguridad.

Parque Nacional Torres del Paine

Se ubican en la región de Magallanes y la Antártida chilena. Fue declarado Reserva de la Biosfera por la UNESCO en 1978 y es considerado el parque nacional más importante del país. Sus mayores atractivos radican en la maravilla de su relieve, montañas, glaciares y lagos llenos de flora y fauna, lo cual lo convierte en un sitio ideal para la práctica del ecoturismo y deportes de aventura. (GoChile, 2019) En esta región, se encuentran 468 establecimientos autorizados para prestar el servicio de alojamiento con una capacidad de 5.330 habitaciones y 1.307 lugares para acampar.

Isla de Pascua y Robinson Crusoe

Se ubica en la región de Valparaíso formando parte del territorio insular de Chile, declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1995. En esta isla aun habita la cultura nativa o pascuense, conservando todas las costumbres y prácticas de sus antepasados, destacando los Moais, estatuas representativas de la isla y un atractivo turístico en el mundo, consideras como un tesoro arqueológico. Valparaíso cuenta con 1.330 establecimientos de alojamiento y una capacidad de 17.178 habitaciones y 894 sitios para acampar.

Puerto Varas

Es considerada una de las ciudades más bellas del país por su arquitectura europea y preservación natural. Se encuentra ubicada en la región de Los Lagos y fue creada a partir de la colonización alemana, por lo tanto, sus habitantes cuentan con gran influencia cultural alemana. Uno de sus principales atractivos, además de sus paisajes, es su gastronomía, ya que reúne lo mejor de ambas culturas. En esta región se pueden encontrar alrededor de 1.215 establecimientos de alojamiento turístico y 1.636 lugares para acampar con toda seguridad y disfrutar de su belleza.

San Pedro de Atacama

Es una zona de gran interés arqueológico debido a que fue uno de los puntos de asentamiento para la cultura Inca, los restos arqueológicos encontrados se encuentran en el Museo arqueológico Padre Le Paige, en la Reserva Nacional Los Flamencos. El Valle de la Luna es uno de los mayores atractivos turísticos y naturales, declarado en 1982 como Santuario de la Naturaleza. Cerca al mismo sitio, se encuentra el Desierto de Atacama uno de los más áridos del mundo y se pueden observar los oasis producidos por las lluvias del Invierno Boliviano. La región cuenta con 203 establecimientos para alojar hasta 8.247 huéspedes y cuenta con 517 sitios para acampar al aire libre.

Carretera Austral Sur

Este atractivo turístico atraviesa las regiones de Los Lagos y Aysén. Este recorrido presenta diversos paisajes, como los Campos de Hielo, Reservas y Parques Nacionales. Se caracteriza por sus hermosos paisajes verdes, las aguas cristalinas de los lagos que se observan y los imponentes paisajes que brindan los diversos glaciares de la zona además de

toda la flora y fauna que se puede admirar durante el recorrido. En la siguiente tabla se resume la oferta turística en las diferentes regiones chilenas y la capacidad de alojamiento de cada una.

Tabla 1. Establecimientos de Alojamiento Turístico del Registro Nacional de Prestadores de Servicio Turísticos de SERNATUR, según región, año 2019

Region	No. EAT*	Capacidad Total	Sitios Camping
Arica y Parinacota	144	4.535	113
Tarapacá	222	11.213	88
Antofagasta	373	17.032	257
Atacama	203	8.247	517
Coquimbo	492	17.968	2.341
Valparaíso	1.330	40.411	894
Santiago Capital	753	38.267	1.193
O'Higgins	413	14.810	1.392
Maule	427	12.099	1.439
Ñuble	263	8.936	690
Biobío	393	12.076	3.461
La Araucanía	677	19.378	815
Los Ríos	573	14.476	1.358
Los Lagos	1.215	27.417	1.636
Aysén	619	8.369	969
Magallanes y La Antártida Chilena	468	11.601	1.307

*Establecimientos de Alojamiento Turístico registrados en Sernatour 2019

Como se observa, la capacidad de alojamiento en las diferentes regiones de Chile es bastante robusta, además, gracias a sus hermosos paisajes y las diferentes reservas naturales, esta capacidad de alojamiento también es respaldada por la facilidad de acampar al aire libre en las zonas dispuestas y adecuadas para esta actividad con todos los procedimientos de seguridad necesarios para brindar una grata experiencia bajo el cielo. Además de la capacidad

de alojamiento, Chile cuenta con un total de 177.654 empresas dedicadas a las actividades comerciales del Turismo, las cuales representan el 14,0% del total de empresas registradas en la Cámara de Comercio de Chile. (Sernatur, 2019) A continuación, se presenta de manera resumida el número de empresas participantes del sector por actividades características del turismo.

Tabla 2. Número de empresas por actividades del Turismo, 2019

Actividad	No. Empresas	Variación Anual
Alojamiento Turístico	12.555	18,5%
Actividades de Provision de Alimentos y Bebidas	53.341	27,4%
Transporte de pasajeros por Ferrocarril	14	-33,3%
Transporte de pasajeros por Carretera	38.902	7,3%
Transporte de pasajeros por Agua	368	17,9%
Transporte Aéreo de Pasajeros	169	-1,2%
Alquiler de Equipos de Transporte	5.654	28,2%
Actividades de Agencias de Viaje	2.777	11,6%
Actividades Culturales	4.352	36,8%
Actividades Recreativas y Deportivas	9.143	29,9%
Comercio al por menor de Bienes característicos del Turismo	6.427	19,1%
Actividades con Segundos Hogares y Multipropiedades	43.952	23,4%
Total	177.654	20,5%

Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de Sernatur 2019

El transporte ferroviario es la actividad que más ha decrecido ya que se vuelve un medio de transporte obsoleto, no solo en el sector del turismo sino también en el del transporte, ya que se opta más por medios terrestres debido a la creciente demanda por parte de los países fronterizos, además el medio de transporte fluvial y marítimo, ha presentado un crecimiento del 17,9% respecto al 2018, esto se debe al aumento en la demanda de cruceros por los países costeros y la actividad turística en lagos y ríos. Por otro lado, el sector empresarial de turismo creció un 20,5% respecto al año anterior.

4.2 México

Según el reporte presentado por INEGI en 2019, el flujo migratorio de México aumentó un 9.0% respecto al 2018, esto representa 3.7 millones de visitantes más que el año anterior para un total de 45 millones de turistas internacionales en 2019. El ingreso de divisas por concepto de visitantes internacionales para el mismo año fue de 24 mil 563 millones de dólares, lo que representa un incremento del 9% con respecto al periodo enero-diciembre del 2018, por lo tanto, la balanza de turismo mostró un superávit de 14.7 millones de dólares.

En cuanto a los mercados participantes, se destaca la llegada de turistas provenientes de Estados Unidos (55.2%), Canadá (12.1%), Colombia (3.2%) y Brasil (2%), mientras tanto, la participación de la región europea fue de un 12.4 % y hubo un incremento significativo en cuanto al ingreso de viajeros provenientes de Reino Unido (3.1%).

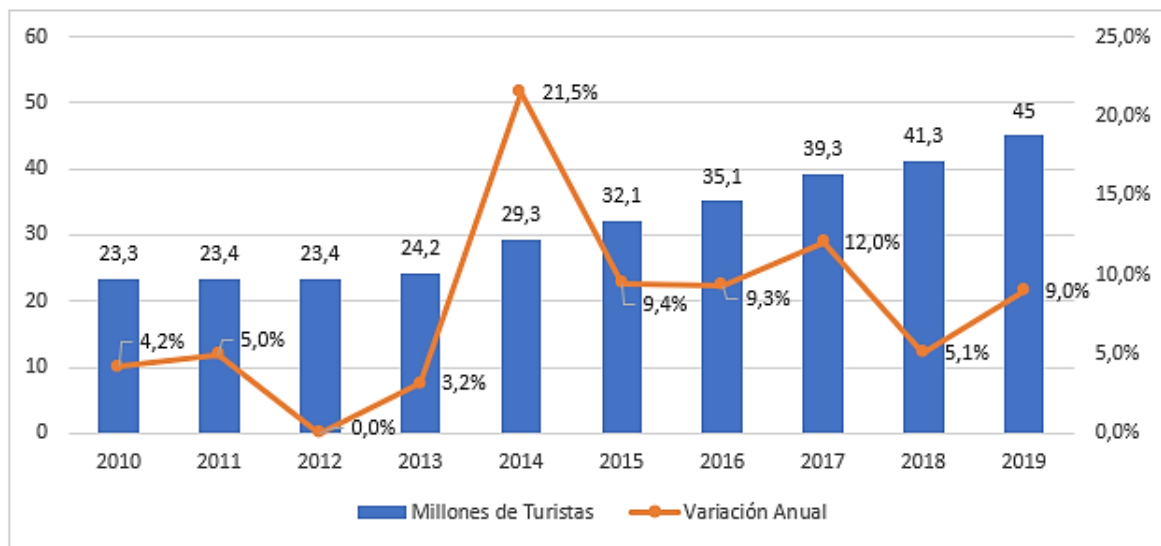
Por otro lado, los viajeros provenientes de México que salieron del país sumaron un total de 19.5 millones de turistas mexicanos representando una reducción de -1.0% respecto al año anterior como se muestra a continuación. (INEGI, 2019)

Año	Millones de Turistas Mexicanos	Variación %
2018	19,748	-1,0
2019	19,547	

Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de Data tour 2019

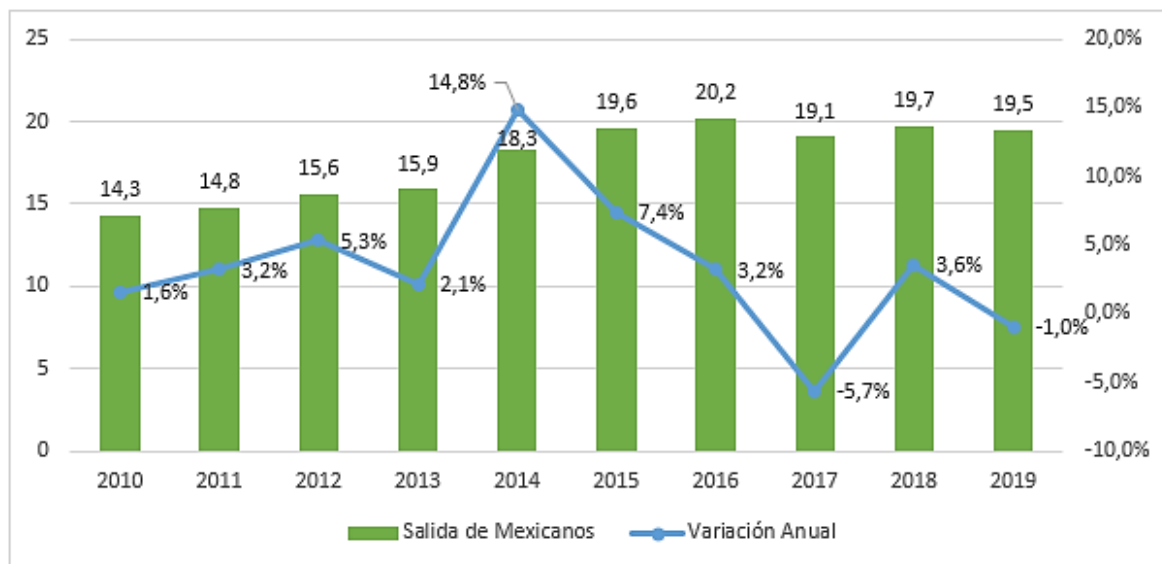
En las siguientes gráficas se puede observar el comportamiento del flujo migratorio a territorio mexicano en la última década al igual que la salida de turistas mexicanos a otras partes del mundo durante el mismo periodo.

Gráfica 4. Comportamiento Histórico de Visitantes Internacionales a México 2010-2019.



Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de Data tour 2019

Gráfica 5. Flujo de Salida de Mexicanos al Exterior 2010-2019



En la gráfica 4, los últimos tres años México ha tenido un flujo de visitantes continuo, con una variación fluctuante que va disminuyendo a partir del 2015 pero aun así se sigue manteniendo positiva y constate; esta variación representa en porcentaje el incremento anual

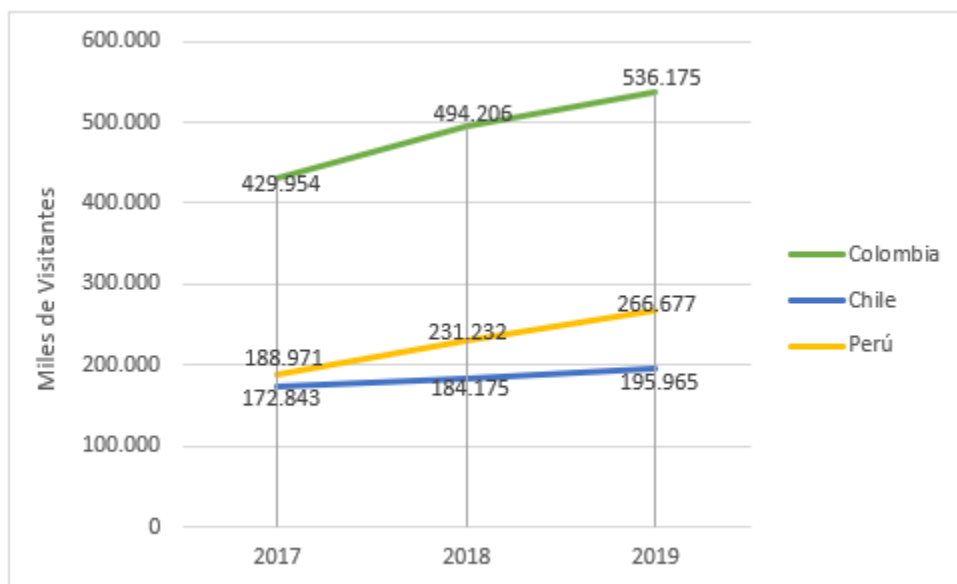
de turistas que llegan a territorio mexicano, ya que es considerado uno de los destinos más populares en América Latina para los extranjeros, especialmente para los estadounidenses ya que representan el 55% del total de turistas que llegan al país, así mismo, México ha logrado posicionarse como destino preferido para el turismo debido al gran auge cinematográfico al cual ha contribuido con sus hermosos paisajes y su cultura tan peculiar y fascinante.

Por el contrario, en la gráfica 5, se observa que el flujo migratorio de mexicanos hacia otros destinos internacionales es menor, siendo Estados Unidos el principal destino migratorio por turismo y otras actividades de carácter laboral o profesional, no obstante, las razones por la cuales se ve afectado el turismo emisor con el país vecino es, especialmente, la migración ilegal y el narcotráfico entre fronteras, además, se suman los fallos económicos, las tensiones políticas con el gobierno Trump y los problemas sociales que han incrementado la violencia e inseguridad en las zonas al norte de México; la moneda mexicana se encuentra devaluada frente al dólar americano y es por esta razón que miles de mexicanos escogen los métodos menos convencionales y peligrosos para llegar a Estados Unidos y tener una mejor calidad de vida, ya que según datos de la Cepal del 2019, México ocupa el puesto número 10 en el ranking de desigualdad de América latina, con un coeficiente de Gini del 0,48.

Ahora bien, dejando de lado a la gran potencia norteamericana como principal país emisor y receptor de turistas con México, también se encuentra un índice de turistas de los paises miembros de la Alianza, el cual representa un 45,5% del total (2.017.749) de turistas provenientes de los países de América Latina que llegaron a México en 2019 y que ha contribuido a un incremento anual significativo para el sector del turismo en este acuerdo de cooperación, lo que significa que cada vez más son las personas que tienen conocimiento de

los beneficios y ventajas migratorias, laborales y educativas que ofrece este acuerdo, especialmente para los jóvenes de la región.

Gráfica 6. Llegada de turistas a México provenientes de los países de Alianza Pacífico del 2017-2019



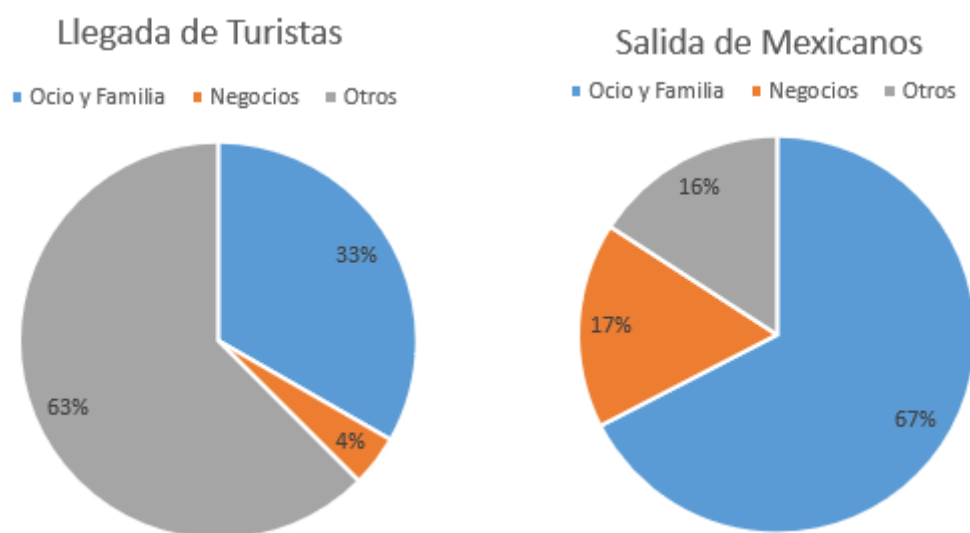
Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de Sectur 2019

Destacando a Colombia como el país con mayor migración hacia México, se puede analizar que son varios los factores implicados para que haya una mayor movilidad de colombianos hacia ese país. El primero es la facilidad para viajar a México sin visa y sin procesos consulares previos, especialmente para viajes de ocio e incluso viajes educativos o por negocios, el segundo factor es sin duda los beneficios migratorios y las ventajas regionales mencionadas al principio, ofrecidas por el acuerdo de Alianza Pacifico y la tercera pero no menos importante, es la cercanía cultural y similitud geográfica que comparten estos dos países, lo que lleva a una simpatía y admiración cultural entre ambos territorios. Cabe mencionar que desde los años 80, el flujo migratorio de colombianos hacia México se ha

incrementado paulatinamente año tras año, debido al conflicto armado interno por el cual ha atravesado Colombia durante toda su historia, sumándose el narcotráfico y la desigualdad. (Polo Alvis, Serrano-López, & Bernal-Márquez, 2019)

Por otro lado, en cuanto a los motivos de viaje para los turistas que visitan el país, el Turismo de reuniones tuvo una participación del 0,042% con un total aproximado de 1.9 millones de viajeros extranjeros a territorio mexicano durante el 2019, mientras tanto Ocio y familia ascendieron un poco más de 14,9 millones y Otros motivos tuvo el mayor número de visitantes con 28 millones de llegadas para el mismo año.

Gráfica 7. Llegada y Salida de turistas discriminados por motivo de viaje 2019



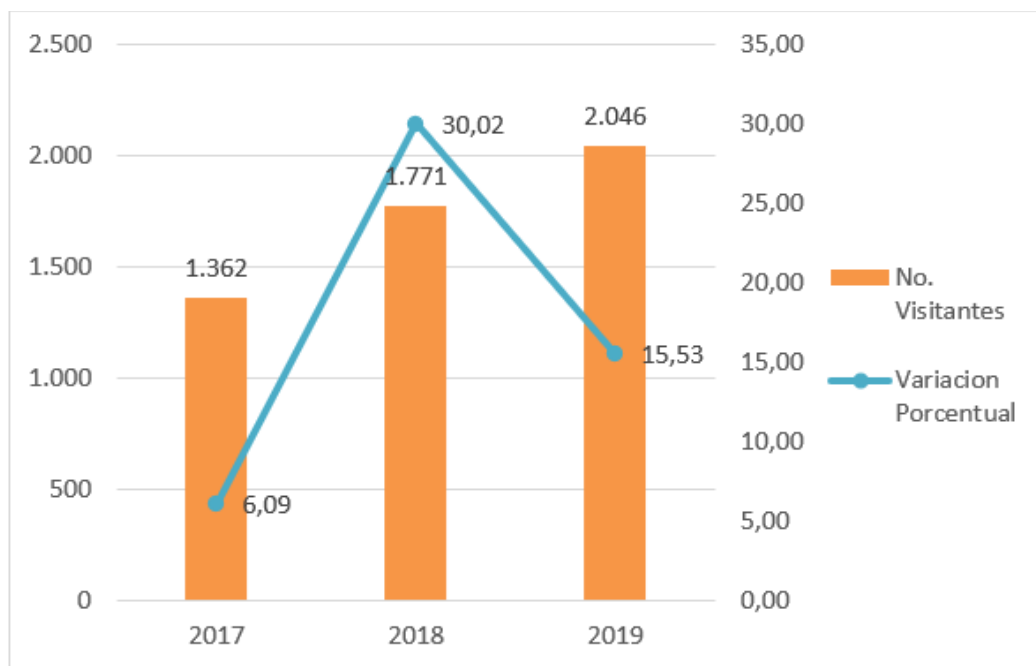
Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de Sectur 2019

En cuanto al segmento de Negocios, se calcula que, en México, cada año se llevan a cabo más de 265,000 eventos relacionados con este mercado que en conjunto, convocan un promedio de 29 millones de participantes, según cifras del ICCA 2019. Además, el turismo

de negocios ha venido generando un promedio de 890.000 empleos anuales en el país gracias al crecimiento anual que ha venido fluyendo desde el 2014, con un ritmo promedio creciente del 12% contribuyendo con el 1,5% del PIB mexicano (Banco Mundial, 2018).

Por otra parte, según el último reporte actualizado de Sernatur (2019), el número de viajeros que visitan el país por negocios ha venido incrementando en un 22,7% del 2017 al 2019, lo que genera una estabilidad económica para este sector y la posibilidad de seguir ampliando y mejorando tanto establecimientos de reuniones como la creación de nuevos puestos de trabajo que ayuden a mejorar la calidad y competitividad de la oferta hotelera y centros de negocios asociados a esta actividad. A continuación, se observa la evolución de visitantes de negocios a México entre los años 2017 y 2019.

Gráfica 8. Variación anual de visitantes por Negocios a México (2017-2019)



Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de Sectur 2019

Como se puede apreciar, en los último 3 años, México ha tenido una transformación favorable en cuanto al sector de turismo de negocios, puesto que cada año son más los participantes interesados en asistir a los grandes eventos que se realizan anualmente en las principales ciudades de este país. Además, México ha venido tomando fuerza como punto estratégico de negociación para mercados que quieren incursionar en Latinoamérica, pues cada vez son más los empresarios y emprendedores que quieren ser partícipes de las nuevas estrategias comerciales que la globalización ha traído para el mercado mundial. Adicionalmente, el crecimiento que presenta México desde el 2014 en este segmento ha sido del 50,2%, siendo uno de los índices más favorables para la economía mexicana.

4.2.1 Oferta y Demanda

La industria MICE ha catalogado a México como uno de los países latinoamericanos más importantes para el Turismo de Negocios, con más 2.7 millones turistas que visitan el país cada año para asistir a congresos, ruedas de negocios, convenciones o exhibiciones y reuniones empresariales de todo tipo, México ha sobresalido como principal destino de este rubro. Uno de los factores que más llama la atención de este destino, es sin duda la oferta de distintos tipos de establecimientos y recintos, adecuados en más de 56 destinos nacionales, los cuales ofrecen opciones urbanas, de playa o coloniales. (ICCA, 2020). Algunos de los destinos con mayor demanda para la realización de reuniones y eventos empresariales son:

Ciudad de México

La capital mexicana es considerada como el segundo destino más importante en Latinoamérica después de Sao Paulo, Brasil. La capital cuenta con más de 67 establecimientos perfectamente adecuados para llevar a cabo todo tipo de eventos

empresariales, Además, su oferta supera los 650 hoteles, de los cuales 158 son de categoría cuatro estrellas o superior y, por supuesto cuenta con uno de los aeropuertos más importantes de la región.

Cancún

Las hermosas playas de este lugar son su principal atractivo a la hora de ser escogido como destino para la realización de eventos. Pero es precisamente ese atractivo lo que convierte este destino en el lugar ideal para el Bleisure, una nueva practica entre los viajeros de negocios, la cual consiste en no solo asistir por trabajo o negocios sino también tomar un espacio para el ocio, relajarse y disfrutar del lugar como si fuesen unas pequeñas vacaciones. Además de esto, Cancún cuenta con una oferta de más de 360 hoteles y cabe destacar que el 50% de las llegadas aéreas son internacionales.

Guadalajara

Es la segunda ciudad más grande de México, después de la capital, la cual cuenta con el tercer aeropuerto más grande del país y con el Expo Guadalajara, un centro de convenciones con capacidad para más de 56 mil asistentes. Además, destaca por su exquisita gastronomía y cultura.

Monterrey

Esta ciudad, es considerada una de las más importantes, ya que concentra la tercera parte del turismo de negocios, su cercanía a Estados Unidos la convierte en uno de los atractivos más visitados por todo tipo de viajeros para reuniones con una corta estadía o privadas, adicionalmente, cuenta con una larga tradición industrial, cultural y de

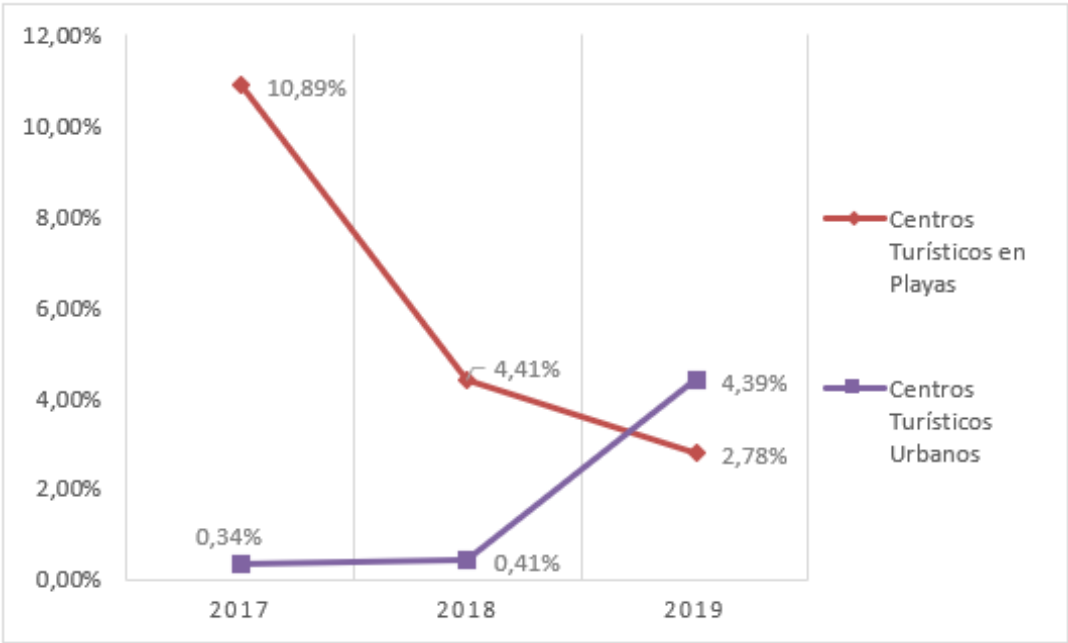
infraestructura colonial. A continuación, se puede observar la evolución de la oferta hotelera en los últimos tres años de los destinos más visitados por los turistas internacionales

Tabla 3. Habitaciones disponibles por año y Tipo de Centro Turístico 2017-2019

Tipo de Centro Turístico	Centros Turísticos	2017	2018	2019
PLAYAS		19.916.493	20.795.450	21.374.284
	Cabo San Lucas	2.677.435	2.683.360	3.047.557
	Cancún	12.225.924	12.746.381	12.816.888
	Ixtapa Zihuatanejo	2.139.905	2.289.057	2.292.922
	San José del Cabo	1.598.760	1.640.309	1.710.037
	Zona Corredor los Cabos	1.274.469	1.436.343	1.506.880
URBANOS		33.779.225	33.916.669	35.404.555
	Ciudad Juárez	1.605.943	1.655.466	1.653.509
	Tijuana	1.809.851	1.874.652	1.958.050
	Ciudad de México	18.768.185	18.739.636	18.715.504
	Guadalajara	6.638.417	6.624.173	7.944.496
	Monterrey	4.956.829	5.022.742	5.132.996
TOTAL GENERAL		53.695.718	54.712.119	56.778.839

Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de Sector 2019

Gráfica 9. Variación porcentual anual del crecimiento en el número de Habitaciones disponibles por Tipo de Centro Turístico 2017-2019



Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de Sector 2019

Sin duda alguna, los centros turísticos hoteleros urbanos han tomado mayor fuerza desde el 2018, esto se debe en gran parte a los diferentes beneficios tributarios y descuentos en establecimientos que son otorgados a los anfitriones de eventos y diversas corporaciones participes del turismo MICE. Sin embargo, en los datos mostrados en la *Tabla 3* únicamente se tuvo en cuenta las principales ciudades como destinos favoritos para llevar a cabo los eventos del turismo de negocios, cabe destacar que los demás estados mexicanos y ciudades se encuentran en gran crecimiento y expansión en cuanto a infraestructura y capacidad hotelera. Por otro lado, a pesar del declive porcentual del crecimiento de la actividad hotelera en las playas en 2017 sigue siendo una variación positiva y con miras al crecimiento.

Teniendo en cuenta que Cancún, siendo su principal centro y atractivo turístico, atrae cerca del 51% del total de turistas cada año, por lo cual, la participación de este sector en el segmento de negocios es cada vez más codiciado por la industria de reuniones, ya que no solo resulta un destino atractivo para el ocio y descanso sino también para diversas actividades de carácter profesional e industrial.

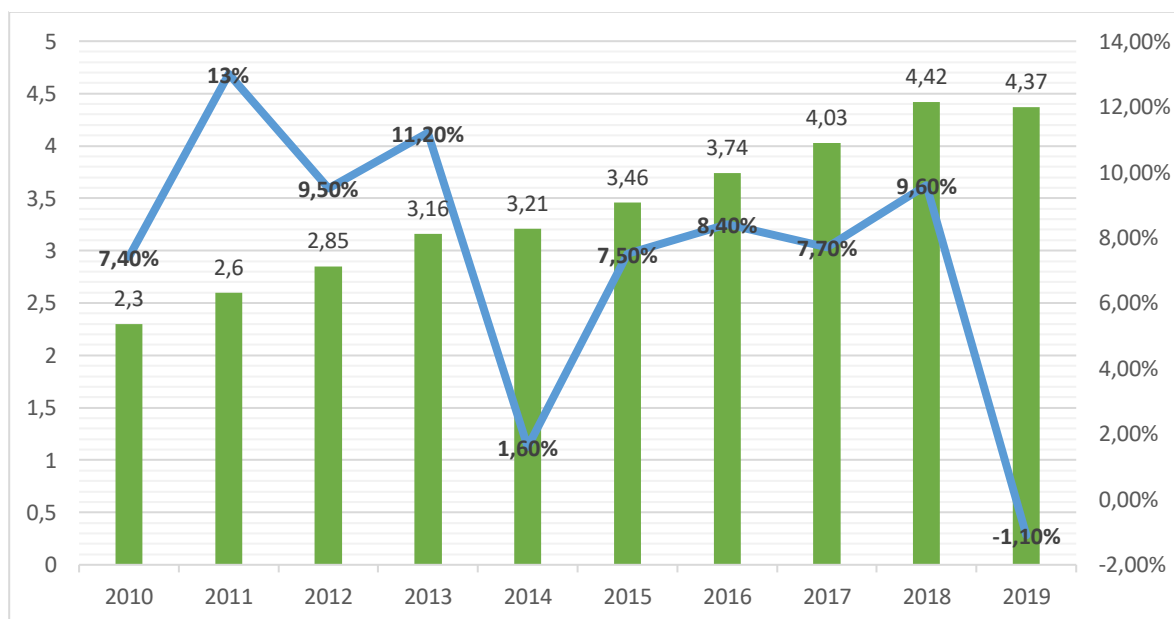
4.3 Perú

A partir del reporte presentado por la Superintendencia Nacional de Migraciones de Perú en 2019, la llegada de turistas internacionales al país tuvo una disminución porcentual de -1.1%, lo que equivale a un total de 4.371.783 turistas y un flujo de 47.643 turistas menos en comparación al año anterior. Se destaca el Santuario Histórico de Machu Picchu como lugar principal de atracción de turistas teniendo un crecimiento anual del 0,7% para el 2019, representado 1.585.262 turistas más que el año anterior. Sin embargo, a pesar de la disminución en la variación porcentual del flujo de llegada de turistas a territorio peruano,

para el mismo año, se evidencia un crecimiento de los principales mercados emisores, entre los cuales se encuentran Chile (3.2%; 37.046 turistas), Ecuador (15.8%; 46.255 turistas), Bolivia (18.7%; 29.628 turistas) y Brasil (9.1%; 16.187 turistas) pero también se muestra disminución en los mercados de Japón (-14.4%) y Reino Unido (-3.8%). Por otro lado, los turistas provenientes de Estados Unidos son quienes generaron un mayor gasto en su visita a Perú, con US\$ 1.389, seguido por España (US\$ 1.328) y Francia (US\$ 1.246), adicionalmente se evidencio un crecimiento del flujo de llegada de turistas de estos países con 2.4% (15.711 turistas), 7% (10.288 turistas) y 7.8% (7.922 turistas), respectivamente. (MINCETUR, 2019)

A continuación, se presenta el histórico del flujo de llegada de turistas internacionales a territorio peruano durante el periodo de 2010 al 2019.

Gráfica 10. Histórico de Llegada de Turistas Internacionales (Millones) a territorio peruano para el periodo 2010-2019

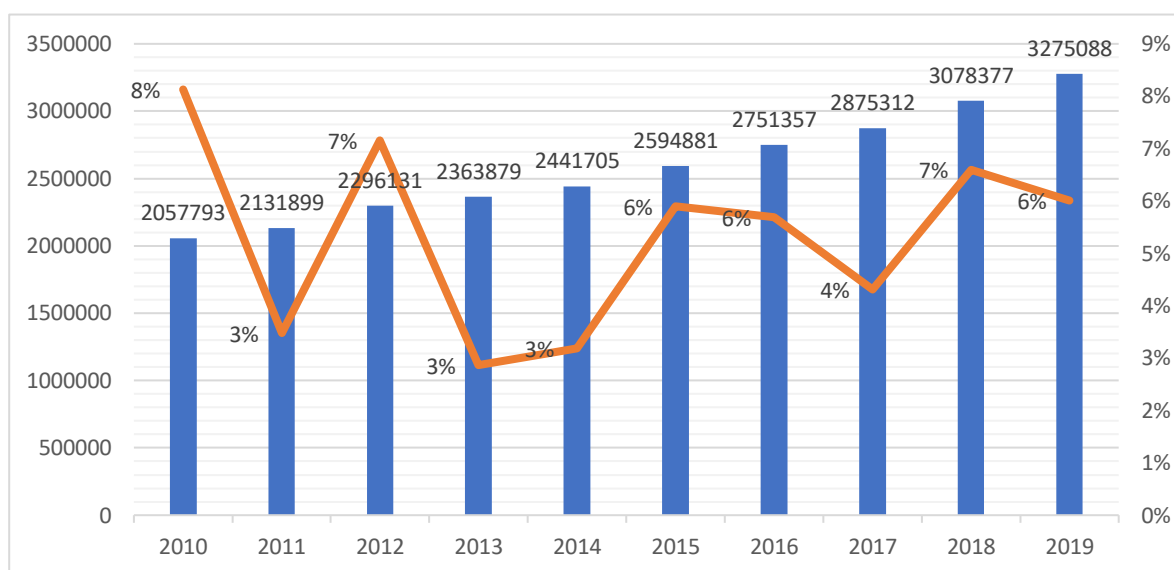


Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de MINCETUR/VMT/DGIETA 2019

Para el año 2014 se dieron las elecciones Municipales y Provinciales con polémicas campañas y discursos ajenos a la agenda política planificada que terminaron en casos de corrupción y desatando una oleada de protestas y crisis social en todo país, así mismo, para la segunda mitad del mismo año, el pánico generalizado por el virus del Ébola que tuvo inicio en África alcanzó índices de contagio nunca antes vistos, tomando fuerza en países como Sierra Leona, Nigeria, Liberia, Guinea, Estados Unidos, Francia, España y reportándose varios casos en Perú. Después de un par de meses en alerta máxima, los gobiernos encontraron la manera de contener el virus, (Redacción PQS, 2014) pero sin duda alguna, este acontecimiento trajo un impacto importante para las economías de los países implicados, como es el caso de Perú en el sector del turismo con una variación negativa de -9.6% para el año 2014.

Así mismo, para el año 2019 de evidencia una fuerte caída en la variación porcentual del flujo de llegada de turistas al país, esto se debe principalmente a la crisis política y social que sufrió Perú durante ese periodo bajo el gobierno del presidente de ese entonces Martín Vizcarra, quien luego de disolver el congreso, con participación y apoyo mayoritario de la población, causó un desequilibrio político que luego terminaría en una crisis social (Paredes & Encinas, 2020) y posteriormente, el inicio de la crisis sanitaria mundial a causa del COVID-19 para el 2020 terminaría en la pérdida inesperada de la estabilidad económica mundial.

Gráfica 11. Histórico de Salida de Peruanos Residentes (Millones) a destinos internacionales para el periodo 2010-2019



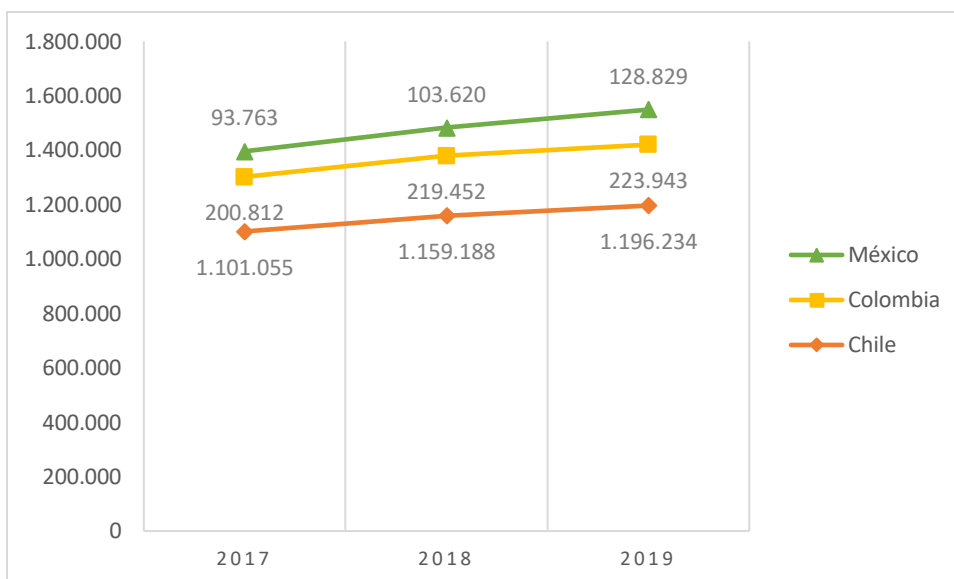
Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de MINCETUR/VMT/DGIETA 2019

A continuación, se puede observar una variación mayor de salida de peruanos a destinos internacionales en los años 2010 y 2012, esto se debe principalmente a la crisis financiera mundial desatada en 2008 y que posteriormente golpeo las economías de todo el mundo, siendo las de las Américas las más afectadas. La Balanza Comercial de los países latinoamericanos entraron en déficit debido a la fuerte contracción de la demanda de sus productos por parte de los principales socios comerciales, esto ocasionó un receso económico en toda la región y, por supuesto, los peruanos, al igual que mucha otra gente de los países vecinos, buscaron alivio económico con la migración hacia otros países de la región y el mundo, siendo Chile su principal destino, seguido por Estados Unidos y España.

Ahora bien, retomado la llegada de turistas extranjeros a territorio peruano y destacando la recuperación en su variación porcentual anual en 2015, según el informe de

Mincetur en 2019, Sudamérica concentra la mayor participación del mercado emisor turístico internacional, representando el 57% del total de turistas que visitan Perú a pesar de mostrar una reducción del 5,2%, debido principalmente a la crítica situación de Venezuela.

Gráfica 12. Llegada de turistas a Perú provenientes de los países de Alianza Pacífico del 2017-2019

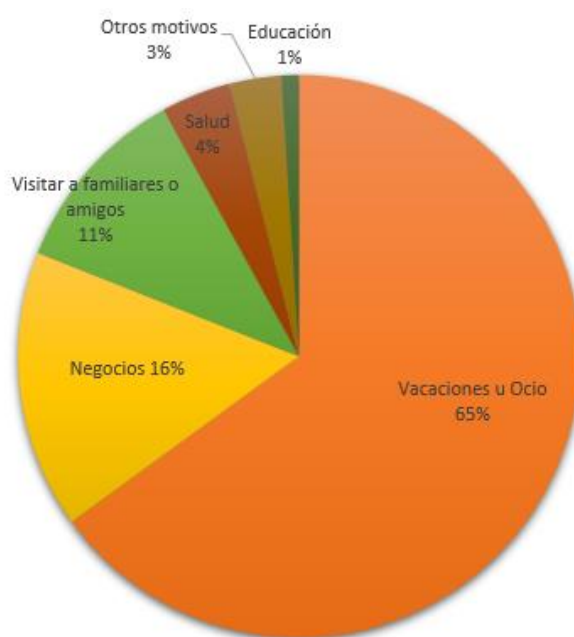


Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de MINCETUR/VMT/DGIETA 2019

Cabe resaltar que la participación de los países de la Alianza Pacífico representa un 35,4% del total del mercado Sudamericano en materia de turismo emisor hacia Perú, lo que significó un incremento del 4,5% para el año 2019. Por otro lado, un informe presentado por Promperú para el año 2019, da una visión general del perfil del turista extranjero que visita territorio peruano. Se destaca el hecho de que el 60% de los viajeros son Sudamericanos, mientras que el 18% provienen de Norteamérica y el 14% de Europa. Chile (27%), seguido por Estados Unidos (14%) y Ecuador (7%) fueron los países con mayor participación en el

mercado emisor de turistas hacia Perú. Adicional a esto, de acuerdo con el reporte, un total 2,7 millones de personas representaron 65% de los turistas que viajaron a Perú por vacaciones y 629.708 lo hicieron por negocios, representando el 16% del total de turistas. (PROMPERÚ, 2019)

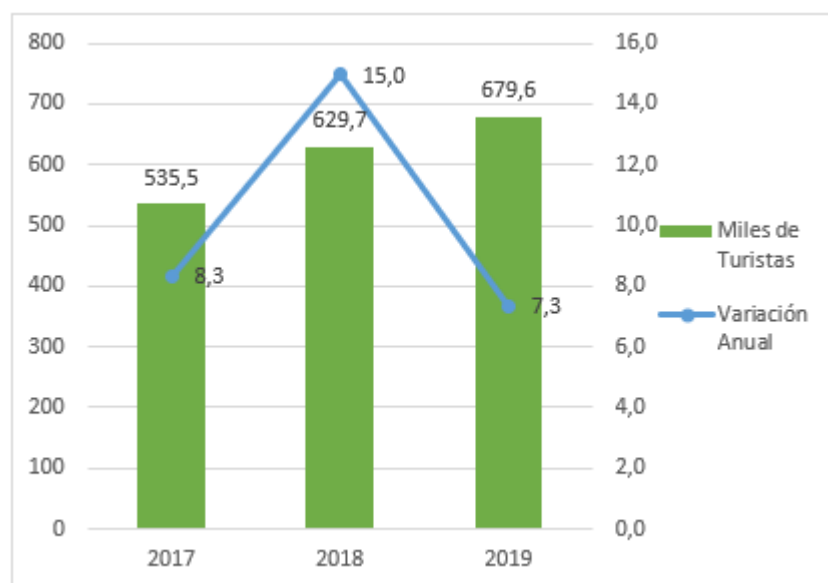
Gráfica 13. Llegada de turistas a Perú discriminados por Motivo de Viaje 2019



Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de PROMPERÚ 2019

Las ciudades más visitadas para la realización de eventos empresariales, congresos y Negocios fueron Lima (73%), Cusco (37%), Tacna (28%), Puno (17%) y Arequipa (17%), mientras que, para descanso, Ocio y recreación, los lugares más visitados fueron Machu Picchu (33%), Cusco (33%) y Aguas Calientes (32%). En cuanto a Salud y Educación Lima (98%) fue la ciudad como destino favorito de los visitantes para desarrollar estas actividades.

Gráfica 14. Turistas que visitan Perú por Negocios 2017-2019



Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de PROMPERÚ 2019/2018/2017

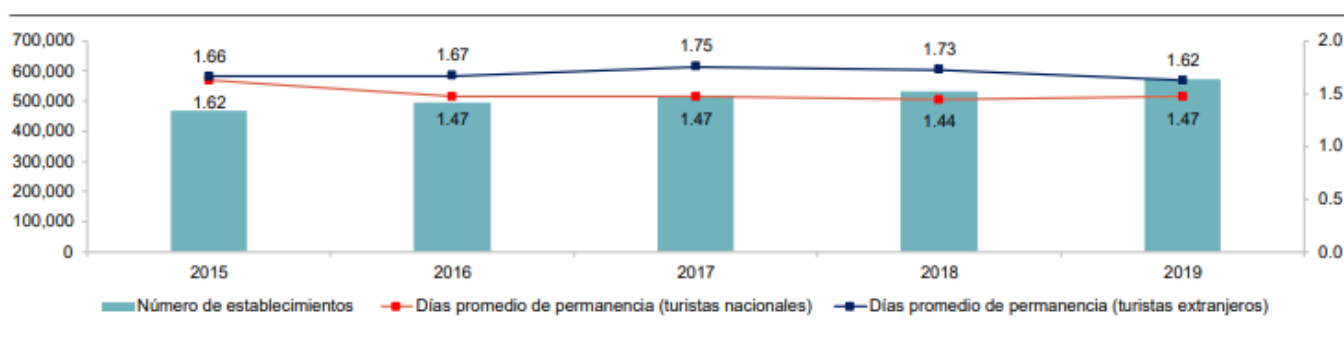
A pesar de la desaceleración en el crecimiento de este segmento del turismo, Perú ha logrado consolidarse en Latinoamérica como uno de los destinos turístico MICE más competitivos de la región, siendo uno de los mercados más llamativos en cuanto a inversión para infraestructura y mejoramiento del sector hotelero de la capital, además, Lima logro posicionarse en el puesto 39 del ranking de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones ICCA para el 2019, subiendo un total de 6 puestos desde el 2017, lo que ha significado un crecimiento del 4,7% para este segmento del turismo.

4.3.1 Oferta y demanda

Con relación a la oferta hotelera en Perú, según el reporte presentado por Comex Perú, en 2019 se registraron más 570 mil establecimientos de hospedaje en todo el país, siendo un crecimiento del 8.1% respecto al año anterior, además, el número de habitaciones para turistas incremento en un 4.8%. Por otro lado, para medir la demanda, según el reporte, se

toma en cuenta el total de arribos departamentales, la tasa neta de ocupación de habitaciones y el promedio de permanencia de los turistas en los establecimientos registrados. Por consiguiente, para el mismo año, se registró un total de 126 millones de arribos en todo el país, teniendo un incremento del 13.9% más que 2018, siendo el 87.6% representado por demanda nacional y el 13.3% por demanda extranjera. En cuanto a la tasa neta de ocupación de habitaciones, incrementó en 3 puntos respecto al 2018, por último, el promedio de días de permanencia en los establecimientos de hospedaje registrados, para el 2019 fue de 1.5 días más que el año anterior para visitantes nacionales y de 1.6 días para visitantes extranjeros. (COMEXPERÚ, 2019)

Gráfica 15. Evolución del Desempeño de la Oferta y la Demanda hotelera en el Perú



Fuente: Reporte del Desempeño y Competitividad Turística del Perú 2019. COMEXPERÚ.
<https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-turismo-001.pdf>, pg. 29

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo señaló en su último reporte mensual de Turismo, un listado donde comparte los lugares más concurridos por los turistas que llegan al país por motivo de Negocios o como asistentes a congresos, ferias, entre otros.

Lima

La capital Inca, es considerada una de las ciudades más hermosas y ricas culturalmente en Latinoamérica. Su biodiversidad cultural y exquisita gastronomía atraen a turista y empresarios de todo el mundo. Lima, además, cuenta con una amplia oferta hotelera entre la cual se encuentran las cadenas de hoteles de 5, 4 y 3 estrellas más importantes y reconocidos en el mundo, también cuenta con uno de los centros de convenciones más grandes de la región, equipado con tecnología audio y video de última generación.

Ica

A cuatro horas de Lima en bus, se encuentra uno de los destinos más turísticos de Perú, Las líneas de Nasca, declarado patrimonio de la Humanidad por la Unesco ofrece una experiencia única gracias a sus exóticos paisajes desérticos es considerado un lugar lleno de magia y misticismo por los lugareños.

Paracas

Una hermosa ciudad costera, rodeada por playas llenas de biodiversidad marina. Ideal para empresarios que no solo buscan negocios, sino un momento de paz y descanso en hoteles de última categoría con todas las comodidades necesarias para vivir una experiencia inolvidable de ocio y negocios.

Arequipa

Se encuentra a 1 hora de Lima, también conocida como la ciudad blanca, por su hermosa y colonial arquitectura tallada en piedra volcánica con asombrosas imágenes y

relieves. Arequipa se encuentra equipada con todo lo necesario para brindar una experiencia única en cuanto a la celebración de eventos y ruedas de negocios.

Valle del Colca

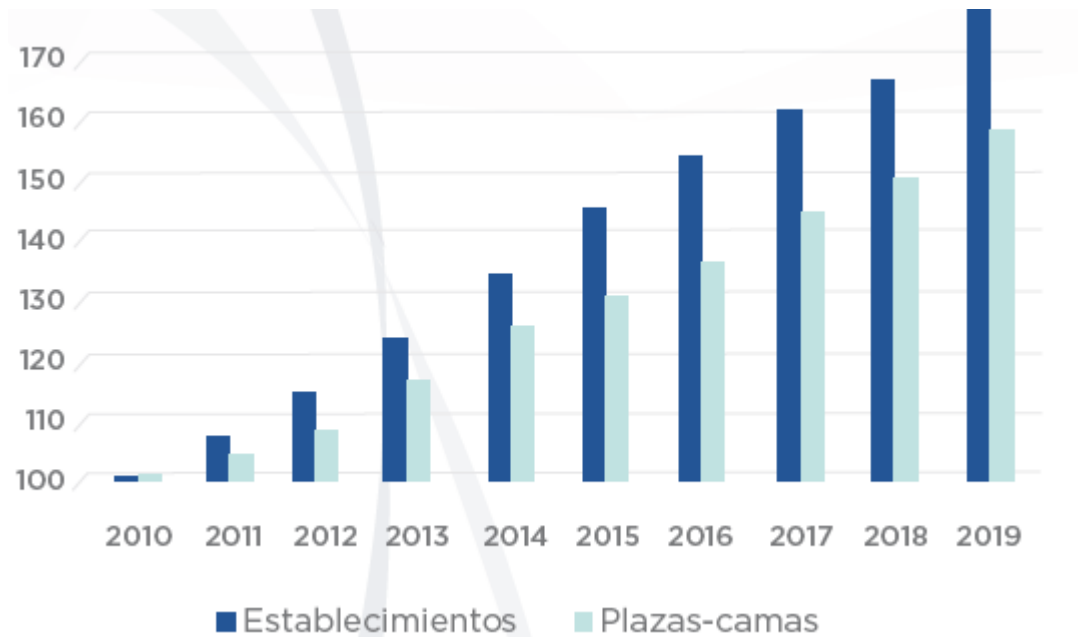
Está ubicado a una hora de Arequipa y es conocido por sus espectaculares escenarios naturales, rodeados por grandes montañas y cañones, albergue de cóndores, especie en peligro de extinción y casa de una inmensa variedad de especies de aves, mamíferos y flora.

Cusco

Cuna de una de las maravillas más conservadas del mundo, la ciudad perdida e Machu Picchu, este santuario Inca sagrado fue declarado patrimonio de la Humanidad y recibe más de 120 millones de turistas de todo el mundo cada año. Además de esto, Cusco es considerada una de las ciudades más elegantes y diversas, ya que ofrece restaurantes y plazas con una arquitectura colonial sin igual y centros de convenciones equipados con la última tecnología audiovisual, ofreciendo a sus participantes una experiencia grata y confortable.

La oferta de alojamiento ha tenido cambios muy importantes, tanto para la economía nacional como para los nacionales. Desde el 2010, este sector ha experimentado un fuerte crecimiento del 77,4% hasta el 2019 en cuanto al número de establecimientos de alojamiento registrados pasando de 345 mil a 541 mil durante ese periodo, por otro lado, el número de plazas o camas disponibles paso de 13 mil a 24 mil, representando un 56.7% de crecimiento. Cabe resaltar que cada vez son más pequeños los establecimientos que se incorporan a este mercado y por lo tanto el índice de plazas o camas disponibles crece con mayor lentitud.

Gráfica 16. Oferta de alojamiento en el Perú 2010-2019



Fuente: MINCETUR. Compendio Turístico IBD 2019

Durante este periodo, la oferta hotelera se concentró en siete departamentos (Lima, Cusco, Junín, Ica, la Libertad y Piura), lo que representó el 59.8% del total de alojamientos y plazas en todo el país, del total, el 25% corresponde a Lima. Sin embargo, durante este mismo periodo, desde 2011 el sector ha venido expandiéndose a más departamentos del país siendo la demanda extranjera con mayor participación. Durante este estudio, se observó que los nacionales son quienes visitan los mismos destinos, mientras que los turistas extranjeros son quienes se han dispersado a otros departamentos del país, dando reconocimiento y lugar a otras ciudades y actividades.

4.4 Colombia

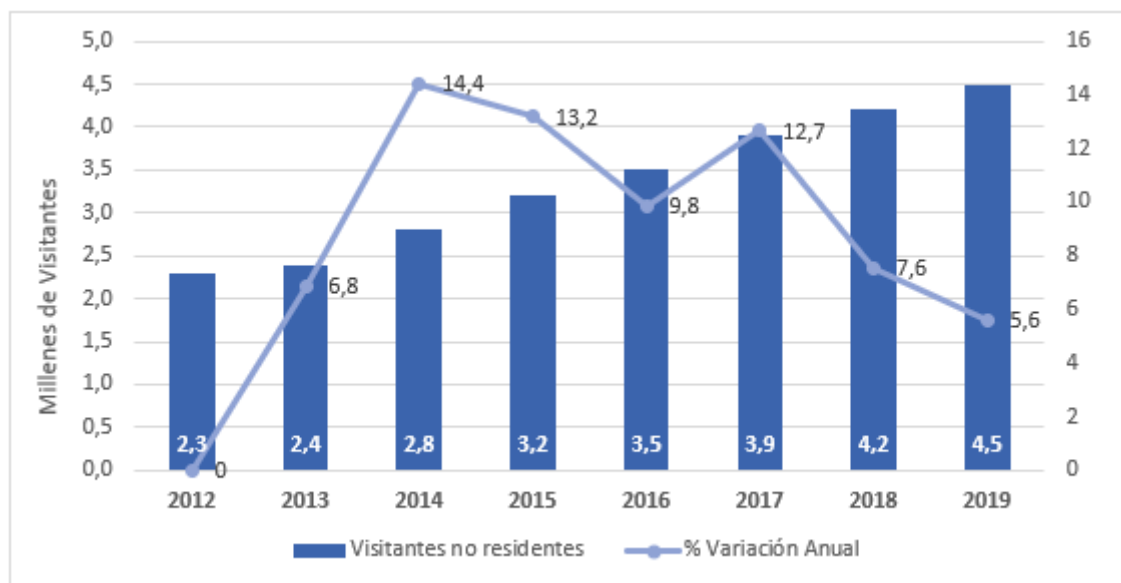
Según el informe presentado por el Ministerio de Industria y Turismo (Mincit), el 2019 fue uno de los mejores años para el sector, ya que para ese mismo año se presentó récord en la ocupación hotelera a nivel nacional alcanzando un 57,8%, un 3,7% más que el 2018. Adicional a esto, hubo un incremento del 2,7% en los visitantes extranjeros, entre los cuales se destacan los turistas provenientes de Estados Unidos con un 22% de participación, seguido por Perú con 19% y Francia con 12%. Por otro lado, los ingresos nominales de las agencias de viajes aumentaron en un 3,7%, también se inauguraron 17 nuevas rutas que conectan con destinos como Perú, Estados Unidos, Chile, España, México y Paraguay, entre otros destinos.

“Estamos alcanzando cifras históricas en materia de turismo. En ProColombia promocionamos al país como un destino turístico sostenible y de alta calidad, con el objetivo de atraer más viajeros, más cruceros y, por supuesto, más aerolíneas: tan solo en mes y medio de 2020 han anunciado su puesta en operación compañías aéreas como Sky, EZ Air, Laser y Plus Ultra. Además, se han anunciado 10 nuevas rutas aéreas con países como Brasil y Canadá. Esto sin duda facilita la llegada de más viajeros internacionales para generar más divisas y desarrollo en las regiones...” dicho por Flavia Santoro, presidenta de Procolombia. (Mincit, 2020)

Según cifras del Banco de la república, en 2019 el sector turístico superó los ingresos causados por productos como el café, las flores y el banano, generando ingresos superiores a los 6.7 millones de dólares para el mismo año, monto 2% superior al registrado en 2018. Además, para este año, se calculó un promedio de 1.974.185 puesto de trabajo generados por

la demanda turística, entre los cuales destacan transporte con el 38,7% y restaurantes con el 35,8% del total de empleos generados. (Procolombia;Vicepresidencia de Turismo, 2020)

Gráfica 17. Comportamiento histórico del flujo de turistas receptivos en Colombia 2012-2019

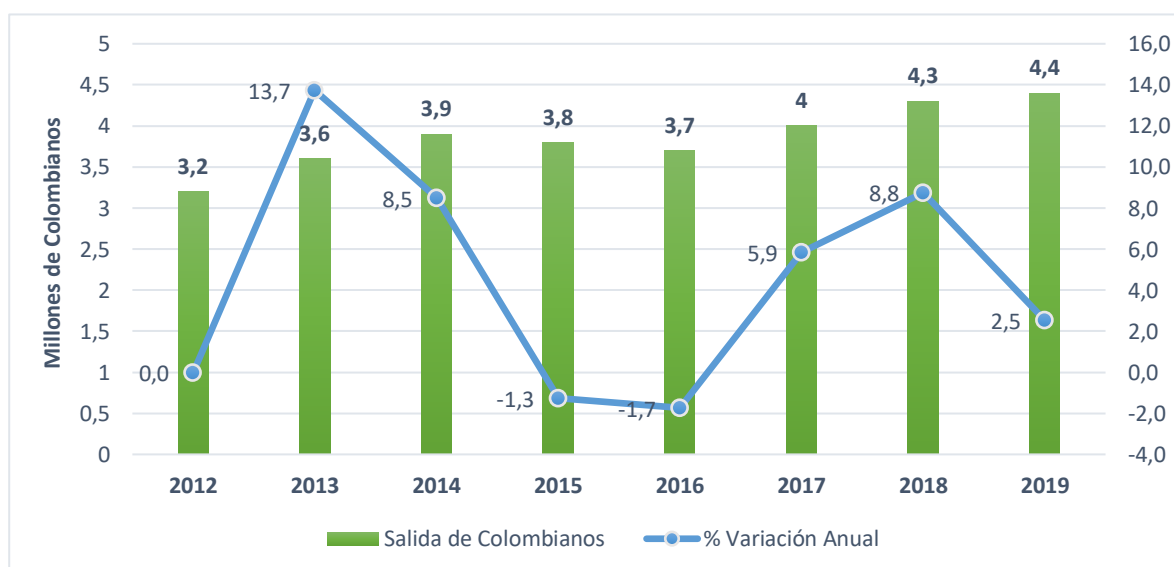


Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de MINCIT y Migración Colombia. Cálculos OEE-Mincit

Durante estos ocho años, el sector turístico receptivo en Colombia tuvo un crecimiento promedio del 9,1% anual, mientras que el crecimiento promedio mundial para el mismo sector fue del 5,3% y del 4,4% para América Latina, convirtiendo al Turismo en el segundo sector generador de divisas en el país, superado por el sector minero-energético. El incremento anual de nuevos turistas que llegan a territorio colombiano se debe en gran parte al mejoramiento de la imagen turística frente al mundo y su reputación cultural y natural. En 2019 la Asociación de Tour Operadores de Estados Unidos reconoció y recomendó a Colombia como uno de los mejores destinos turísticos para visitar durante el 2020, con esto, también fue reconocida como destino turístico líder en Sudamérica por los World Travel

Awards. Finalmente, The Financial Times destacó a Colombia como uno de los mercados con mejor estrategia para atraer inversión en turismo a nivel internacional, siendo 1° en Sudamérica y el 7° en el mundo, según el reporte del Mincit. Además, el Foro Económico Mundial, en su informe de Competitividad en viajes y Turismo de 2019, ubicó a Colombia en el puesto 55, mejorando 7 puestos en un ranking de 140 países. Cabe resaltar que dentro de la promoción de Colombia como destino turístico predilecto internacional son 13 los países que concentran el 81% de la emisión de visitantes extranjeros al país, siendo Estados Unidos el principal emisor (25,2%), seguido por México (7,1%), Perú (6,4%), Argentina (6,2%), Ecuador (5,7%), Brasil (5,6%), Chile (5%), Panamá (4,6%), España (4,6%), Francia (3,1%), Alemania (2,7%), Canadá (2,6%) y Holanda (2,3%). Adicional a lo anterior, se pudo analizar que las ciudades con mayor ocupación hotelera por la llegada de turistas extranjeros fueron Bogotá, seguida por Cartagena, Medellín y Cali, pero también Cúcuta y Bucaramanga mostraron un crecimiento dinámico en cuanto a la llegada de turistas durante 2019.

Gráfica 18. Comportamiento histórico del flujo de salida de residentes colombianos al exterior 2012-2019

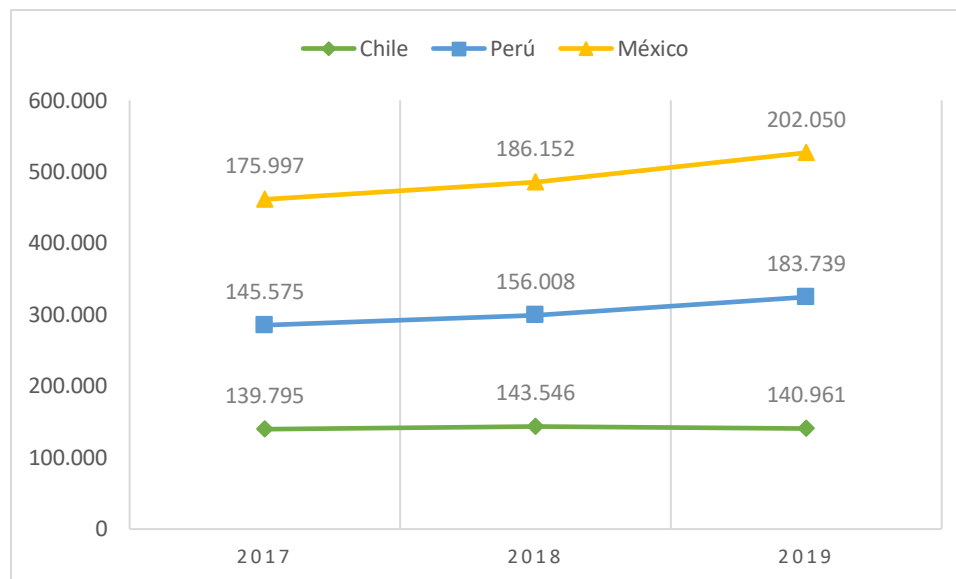


Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de Migración Colombia. Cálculos GDIM

Durante toda su historia, Colombia, al igual que otros países latinos, ha sufrido de interminables guerras internas, violencia, corrupción y pobreza en el 80% de su población, por lo que la migración de colombianos al exterior ha venido incrementando conforme pasan los años. Los principales motivos para migrar hacia otros países, además de los conflictos políticos y sociales, son la búsqueda de mejores oportunidades laborales, mejoramiento en el nivel calidad de vida y oferta de estudios en educación superior. Por otro lado, en 2019 aproximadamente 4,4 millones de colombianos salieron del país, un 2,5% más que el registrado en 2018, sin embargo, 3,5 millones de colombianos salieron del país por Turismo, siendo Estados Unidos (27%), México (13%) y España (11%) los destinos preferidos por los viajeros. (Mincit, 2019)

Entre el 2017 y el 2018 hubo un crecimiento del 9% en la salida de colombianos al exterior por Turismo, sin embargo, entre 2014 y 2016 hubo un periodo de desaceleración económica a nivel global que impactó de manera negativa la región en cuanto a las exportaciones y el encarecimiento de bienes básicos, además de las turbias relaciones políticas con Venezuela y Ecuador, la baja del petróleo y el caso del cierre de la planta de Reficar, son solo algunas de las razones por las cuales la variación porcentual durante esos años es negativa, debido a que no había el dinero suficiente para salir del país o pensar en viajar.

Gráfica 19. Llegada de turistas a Colombia provenientes de los países de Alianza Pacífico del 2017-2019

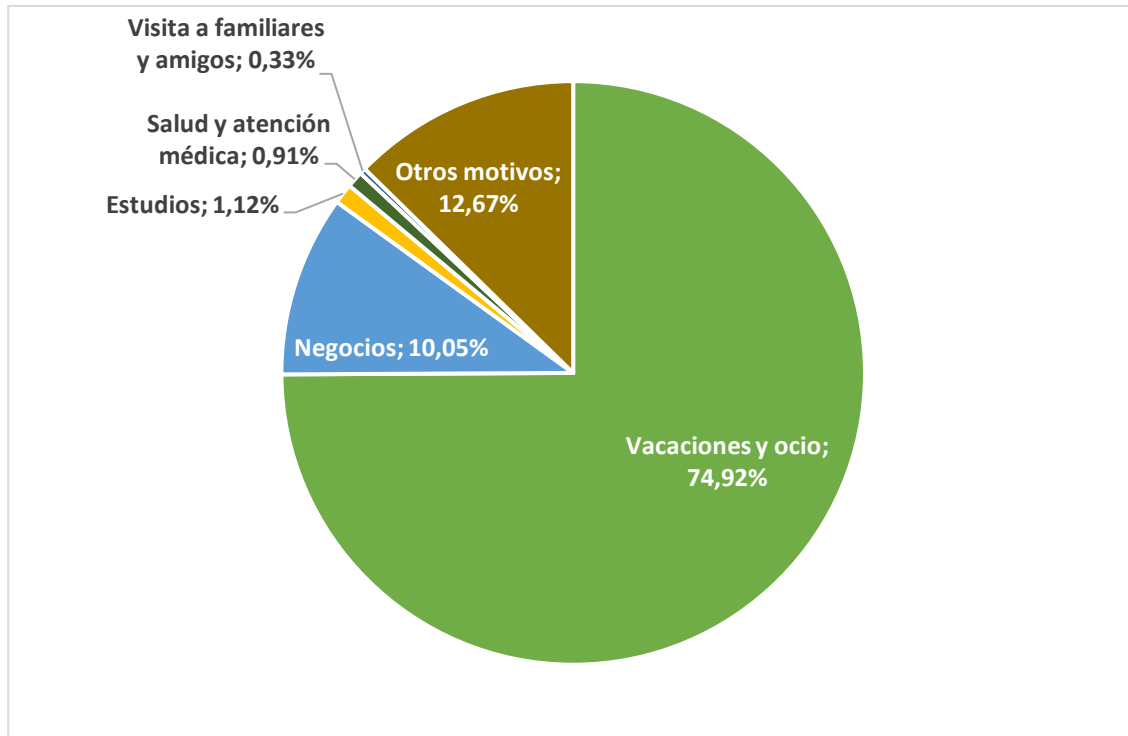


Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de Migración Colombia. Cálculos GDIM

Según el reporte presentado en noviembre del 2021 por la oficina de Estudios Económicos de Mincomercio, en 2019 un total de 526.750 turistas provenientes de los países de la Alianza Pacífico llegaron a Colombia, representando el 11,8% del total de visitantes extranjeros, así mismo, la salida de colombianos hacia los países miembro tuvo una participación del 18,5% para el mismo año. Adicional a esto, el 11,3% de este grupo de turistas visitó el país por Negocios y motivos profesionales.

Por otro lado, la participación de los visitantes del resto del mundo, estuvo representado por el 10,05% en el segmento de Negocios y Eventos Profesionales, siendo Vacaciones y Ocio el principal motivo de viaje de los turistas que visitan territorio colombiano representando el 74% del total de turistas del mundo.

Gráfica 20. Llegada de Turistas a Colombia discriminados por motivo de viaje 2019



Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de Migración Colombia y Mincomercio-2021

Bogotá fue la ciudad más concurrida por los turistas que visitan Colombia por negocios, con una participación aproximada del 52%, seguida por Medellín con 12%, Cartagena 8% y Cali 5%. La capital, es considerada como el principal centro económico, financiero y corporativo de Colombia, con cerca de 290,000 empresas, incluidas 250,000 en Bogotá y 40,000 en Cundinamarca, adicionalmente, el 80% de los turistas extranjeros visitan la ciudad para participar en congresos y eventos de negocios. Gracias a su multiculturalidad, Bogotá ha alcanza grandes reconocimientos internacionales como lo demuestra en el ranking del ICCA del 2019, donde realizo 46 eventos de carácter profesional y recibió un total de 13 mil participantes internacionales.

Así mismo, Los World Travel Awards (WTA), también conocidos como los Premio Oscar de la industria Turística, reconoció y otorgó una nominación a Bogotá, como una de los principales destinos turísticos de este segmento para la celebración de todo tipo de eventos de carácter profesional.

“La nominación de la capital colombiana como destino de negocios es un reconocimiento a la consolidación del turismo corporativo en la ciudad, ya que en los últimos años se ha convertido en una importante plaza en industria de reuniones en la región gracias a las convenciones y eventos empresariales y comerciales, entre otros. De hecho, de acuerdo a cifras de la Cámara de Comercio de Bogotá y el Buró de convenciones...”
(Colombia Travel, 2019)

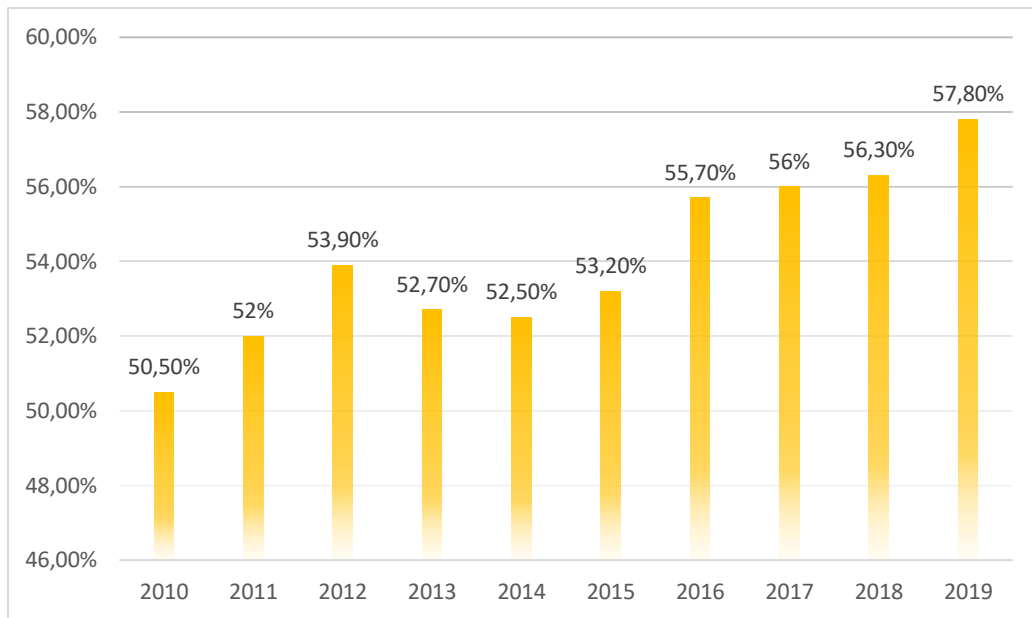
Según un informe de Procolombia, la capital colombiana es anfitrión del 40% de los eventos que se realizan en el país, activando aproximadamente 11 sectores más de la cadena productiva. Gracias a las 36 conexiones directas aéreas en el mundo, 17 mil habitaciones en hoteles cuatro y cinco estrellas, su gran variedad gastronómica y cultural y más de 170 lugares adaptados para eventos y convenciones, convierten a Bogotá en un hub para eventos corporativos. Así lo dijo Juan Gabriel Perez, director ejecutivo de Invest In Bogotá.
(Colombia Travel, 2019)

4.4.1 Oferta y demanda

Según datos tomados de Cotelco, Colombia en 2019 registro 9.635 hoteles, de los cuales los departamentos de Antioquia y Cundinamarca ofrecen el 25% del total de las habitaciones disponibles. Desde el 2010, la oferta turística en el país ha estado en auge, incrementado la demanda hotelera y así mismo dando la oportunidad de un mejoramiento en infraestructura y transporte, por lo cual, hasta 2019 se han abierto alrededor de 269 hoteles en el país, lo que concluye a la oferta hotelera en un total de 27.629 habitaciones. Por otro lado, cadenas hoteleras de talla internacional como Marriot, esperan tener cuatro sucursales más en 2023, abarcando ciudades de gran importancia también, como lo son Cartagena, Santa marta, Cali y a los alrededores de la capital, como Chía y Zipaquirá.

Además de la oferta hotelera, Colombia cuenta con una gran oferta turista en la industria de Cruceros, gracias a su posición geográfica, es un país bañado por dos costas que guardan paisajes de una belleza sin igual. Además, esta industria ha tomado gran fuerza de la mano con oferta hotelera al interior del país y se ha catalogado como pilar fundamental para el crecimiento y desarrollo del turismo en Colombia. Según datos recopilados de las Autoridades y Marítimas, desde el 2010, la oferta turística de cruceros ha tenido un crecimiento del 33% en los pasajeros en tránsito, un 478% en los pasajeros que embarcan y un 26% en las escalas de cruceros.

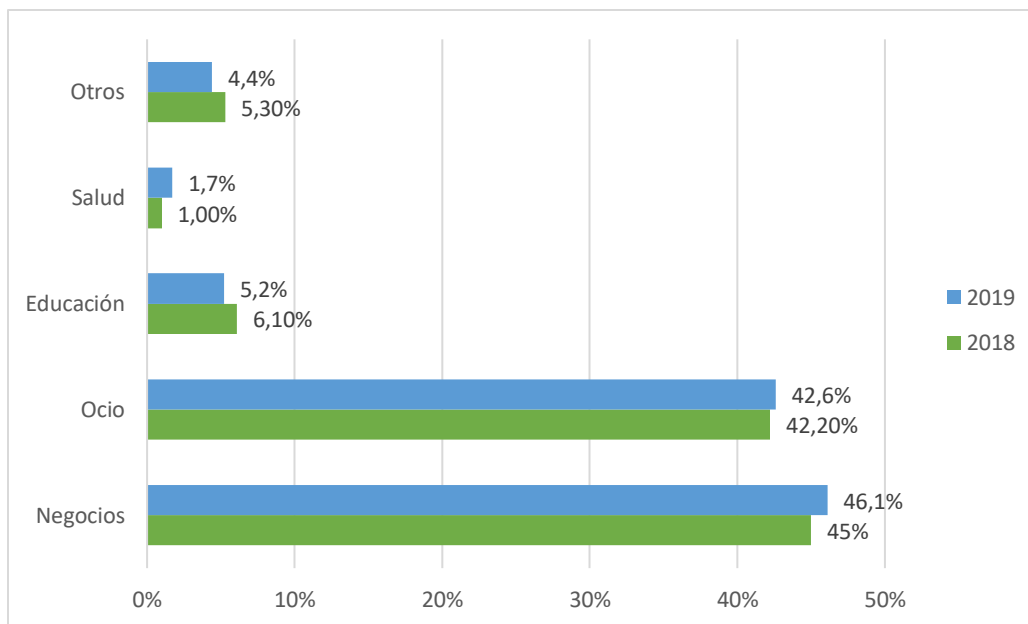
Gráfica 21. Comportamiento de la ocupación hotelera en Colombia 2010-2019



Fuente: Elaboración propia. Datos tomados del DANE y Mincomercio-2021

El 2019 sin duda, fue el mejor año para el turismo en el país, ya que registró el índice de ocupación hotelera más alto en la historia, generando un incremento de 10,6% en los ingresos de este sector. El crecimiento más alto registrado desde el 2006. Durante este periodo, las regiones con mayor demanda y ocupación hotelera en el país fueron San Andrés con un 71,6% del total, seguida por Cartagena 66,5% y Bogotá 62,7%. Pero además de esto, no solo el sector turístico se ha beneficiado del crecimiento en la demanda hotelera, el sector de comidas y transporte también ha encontrado una participación importante en la cadena de valor dentro del sector turístico, ya que los servicios de comida y restaurantes crecieron un 4,7% para el mismo año y el sector de transporte creció un 1,9% generando ingresos superiores a los 6.700 dólares. Por otro lado, el segmento de negocios no se queda atrás, pues ha logrado posicionarse como uno de los principales motivos de viaje por el cual visitan el país.

Gráfica 22. Motivo de viaje de los Huéspedes



Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de Muestra mensual hotelera- DANE y Mincomercio-

Según el último ranking presentado por la ICCA en 2019, Colombia ocupó el puesto 30 entre los países Latinoamericanos que más eventos empresariales realiza al año, destacándose tres de las ciudades más importantes para este sector y considerados destinos predilectos para dichas actividades.

Bogotá

Considerada como una de las capitales en América Latina con una de las infraestructuras más modernas y de mayor capacidad para la realización de todo tipo de eventos de alto impacto. Además, su diversidad cultural la convierten en un destino familiar para cualquier visitante extranjero, su amplia gastronomía se compone desde platos típicos de la región hasta manjares del oriente del mundo.

Cartagena

También conocida como “La Heroica”, reconocida como patrimonio universal, es una de las ciudades con mejor conectividad al mundo, gracias a su posición geográfica la convierten en un destino imperdible, además, su clima caribeño y la calidad de su gente ofrecen la mejor acogida a los visitantes y por supuesto sus hermosas playas y atardeceres de ensueño, hacen de este lugar el destino perfecto para cualquier actividad de carácter profesional y de ocio.

Medellín

Cuna de varios de los artistas de reggaetón más importantes y uno de los pintores más representativos de la cultura colombiana, Fernando Botero. Llena de cultura e historia, convierten este destino en uno de los más importantes, además, es capital de los emprendedores y conocida también como “La ciudad de la eterna primavera” por su agradable clima durante todo el año.

Cali

La Capital mundial de la salsa, y hogar de uno de los espectáculos naturales más hermosos, el avistamiento de Ballenas Jorobadas en el Océano Pacífico.

El Eje Cafetero

Compuesto por las regiones de Caldas, Risaralda y Quindío. Fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por UNESCO, y es el lugar ideal para crear nuevas experiencias acompañadas de una deliciosa tasa del mejor café colombiano, considerado uno de los mejores y más finos del mundo.

San Andres y Providencia

Este paraíso tropical posee una de las costas más hermosas del país, llamado el mar de los siete colores, por sus aguas cristalinas llenas de biodiversidad coralina y marina, hace parte de la reserva de Biosfera Seaflower de la UNESCO, debido a la gran variedad de fauna y flora para preservar.

Villa de Leyva

Uno de los pueblos más lindos de Colombia que se destaca por tener una de las plazas más grandes de América, con una extensión de 14.000 m²; un espacio espectacular para realizar la apertura o cierre de tus eventos corporativos. Además, tus invitados podrán hospedarse en los maravillosos hoteles coloniales del pueblo y disfrutar de la excelente oferta gastronómica de este destino, que incluso incluye un viñedo. (Procolombia, 2021)

5 Perfil del turista de reuniones latinoamericano

La práctica de desplazarse a diferentes lugares buscando comerciar o negociar diferentes tipos de bienes materiales o servicios viene de décadas atrás, donde solo se negociaba por comida u objetos de gran valor, con el pasar de los años e incluso siglos, estas prácticas han ido evolucionando e incluyéndose cada vez más en el ámbito laboral y profesional de las personas. En la actualidad, estas modalidades de negociación han logrado vincularse exitosamente con el turismo, surgiendo un nuevo segmento de gran interés e importancia para las economías del mundo, el Turismo de Reuniones o Turismo MICE, el cual ha sido el principal responsable del desarrollo económico, social y cultural, principalmente de los países de América Latina. El empuje económico que ha alcanzado en

la última década en la región es sin duda, un gran ejemplo de evolución y adaptación a los retos que traen los nuevos mercados y las nuevas generaciones.

En general, las personas latinoamericanas son reconocidas por su calidez y gentileza hacia los demás, con un gran carisma al momento de entablar nuevas relaciones y de gran alegría, sin embargo, el perfil del turista de reuniones, encima de poseer estas cualidades por naturaleza también es calculador y un negociador feroz de sus intereses; además de tener conocimientos financieros y administrativos previos, el turista de reuniones latinoamericano siempre tendrá un ojo puesto en el extranjero, en ir más allá de su región. Se considera ambicioso y calculador durante las negociaciones y un gran conocedor y participe del regateo, por lo tanto, sus conocimientos y hábitos de negocios estarán enfocados a una mirada más internacional.

Por otro lado, los nuevos asistentes, denominados Millennials, han tenido un gran impacto en cómo se diseñan y desarrollan todo tipo de eventos y reuniones. Han influido significativamente en los destinos que se eligen para llevar a cabo estos eventos, así como la oferta de servicios tecnológicos y el entretenimiento, el cual va ligado fuertemente al uso frecuente y masivo de las redes sociales como elemento principal en la difusión de los mismos. Además, esta nueva generación de asistentes, continua en la búsqueda para hacer que este tipo de eventos sean más sociables, dando la oportunidad de involucrarse entre grupos que tengan ideas o modelos de negocios parecidos y de este modo lograr una red de contactos.

5.1 Networking

En la actualidad, la población joven y los que les siguen, deben enfrentarse a un futuro laboral incierto, ya sea por baja demanda de personal calificado, la calidad de los sueldos o la poca o nula oferta laboral en su sector, es por esto que conocer y desarrollar una buena red de contactos en estos eventos empresariales puede asegurar una buena oportunidad laboral y de crecimiento profesional. Las nuevas generaciones, han pasado de un estado individualista a buscar un confort dentro de grupos que compartan sus mismos ideales, puntos de vista y pasiones. Es por ello que la organización de estos eventos debe estar enfocado en generar nuevos espacios donde los asistentes puedan relacionarse con pequeños grupos que compartan sus mismos gustos, comportamientos, tendencias y necesidades.

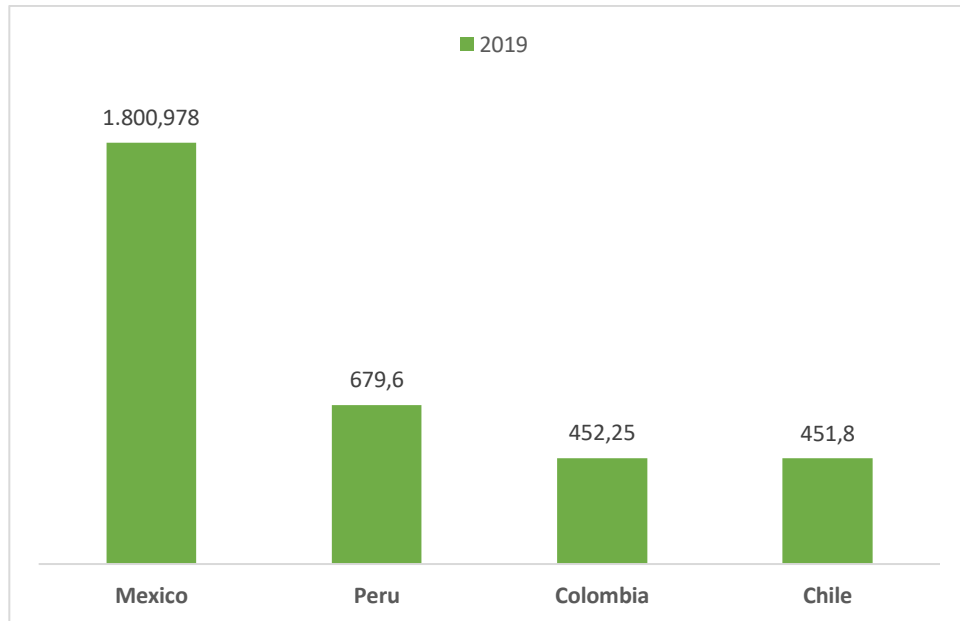
La importancia de este segmento poblacional, ha generado grandes cambios en las cadenas de suministros implicadas dentro de la organización de los eventos y reuniones empresariales. Uno de los sectores que se ha adaptado con gran rapidez a las nuevas demandas y tendencias de esta generación son las grandes cadenas hoteleras, las cuales han creado nuevas ofertas pensadas específicamente en las necesidades y gustos de esta sección de la población.

Dentro de esta exclusiva oferta, se encuentran espacios ambientados naturalmente, con estilos modernos y minimalistas, los cuales ofrecen una experiencia más fresca y relajada permitiendo el esparcimiento social y grupal. Así mismo, estos espacios se encuentran equipados con nuevos servicios tecnológicos que permiten estar conectados en todo momento y de manera simultánea. En cuanto a la gastronomía, la demanda de productos orgánicos y saludables es cada vez más alta. Además de una comida, buscan encontrar nuevas

experiencias entre los sabores y texturas de los alimentos, es por esto, que el plan de alimentación debe ir de la mano con lo saludable y natural. (Lopez, 2016)

Por último, esta nueva generación busca que se eliminen las barreras de accesibilidad a las instalaciones de los eventos, además que dentro de la programación de los eventos se incorpore un lenguaje inclusivo para aquellas personas que tienen algún tipo de discapacidad visual, auditiva o física. Se concluye que durante el análisis del sector turístico en los países de Alianza Pacífico, México es quien lidera el segmento del turismo de negocios o turismo Mice, como se puede apreciar en la siguiente gráfica.

Gráfica 23. Millones de turistas que visitaron los países de Alianza Pacífico por negocios durante el 2019



Fuente. Elaboración propia. Datos tomados del análisis de este capítulo.

Tabla 4. Total de turistas que visitaron los países de Alianza Pacifico durante el 2019 y porcentaje de turistas que lo hicieron por negocios

País	Total de Turistas que llegan al país	% Motivo de Viaje (Negocios)	Total de Turistas de Negocios
México	45.024.453	4%	1.800.978
Perú	4.371.787	16%	679,6
Colombia	4.515.932	10,08%	452,25
Chile	4.518.704	10,05%	451,8

Fuente. Elaboración propia. Datos tomados del análisis de este capítulo.

Debido a su gran belleza natural, su cultura, costumbres, posición geográfica y su consolidación como mayor exponente de la región Latinoamericana ante el mundo, México cada año atrae a 2 millones de personas aproximadamente, las cuales llegan al país a participar en diversos eventos empresariales, ruedas de negocios, congresos y conferencias de todo tipo, brindando espacios cómodos y de gran tamaño, con la última tecnología audiovisual y acompañado por increíbles experiencias culturales y gastronómicas. Sin embargo, a pesar de ser el país que encabeza la lista, debe enfocarse en mejorar la infraestructura de sus hoteles, especialmente aquellos de mayor antigüedad, para brindar espacios que se adapten mejor a las practicas del nuevo viajero de negocios.

Por otro lado, Perú posee grandes factores de atracción turista, como lo son el patrimonio arqueológico, diversidad paisajística, natural y gastronómica, sin embargo, debe mejorar su nivel de competitividad turística con el mejoramiento de infraestructura específicamente para grandes convenciones y desarrollo de nuevos programas que apoyen e impulsen nuevos emprendimientos de turismo sostenible en el país.

En cuanto a Colombia, el 2019 fue el mejor año para el sector turístico, pues logro imponer un nuevo récord de ocupación hotelera, además, logro ocupar el puesto 29 entre los 165 países que participan en el ranking del Internacional Congress and Convention Association; Bogotá, obtuvo el mayor número de eventos y participantes, seguida por Cartagena y Medellin. También logró mantenerse como el tercer país en la región que más eventos tipo ICCA realiza anualmente. A pesar del enorme crecimiento y desarrollo que ha tenido Colombia durante la última década, también necesario reforzar el tema de infraestructura y mejoramiento de competitividad dentro del segmento de negocios, implementando una mejora en cuanto a costos y planes dedicados a este sector, además de brindar apoyo aquellos emprendimientos que buscan incursionar en el sector con ideas sostenibles y novedosas.

Chile por su parte, no ha tenido un panorama muy alentador en cuanto a materia turística, pues para el 2019 tuvo una notable disminución del -21,1% debido a la ausencia en la realización de eventos. Si bien solo el 10,05% del total de viajeros que visitan el país lo hacen por negocios, este segmento representa el 18,5% del ingreso de divisas. Además de esto, el mercado laboral también se ha visto fuertemente afectado, ya que solo este sector llega a generar un promedio de 15.000 empleos directos y más de 33.000 empleos indirecto. A pesar de todo, Chile se ubicó en la posición 37 en el ranking mundial del ICCA y el cuarto lugar en Sudamérica con un total de 108 eventos en el año. Es claro que el enfoque principal para el país debe ser su reactivación económica y con ello la realización de nuevos eventos y congresos que permitan atraer nuevos turistas, además de implementar una política fundamentada en el desarrollo y sostenimiento de nuevos proyectos que apoyen el sector y permitan ampliar los horizontes del turismo en la región.

OBJETIVO 2. Exponer las consecuencias del COVID-19 en el sector y sus precedentes en los países miembros de la Alianza del Pacífico

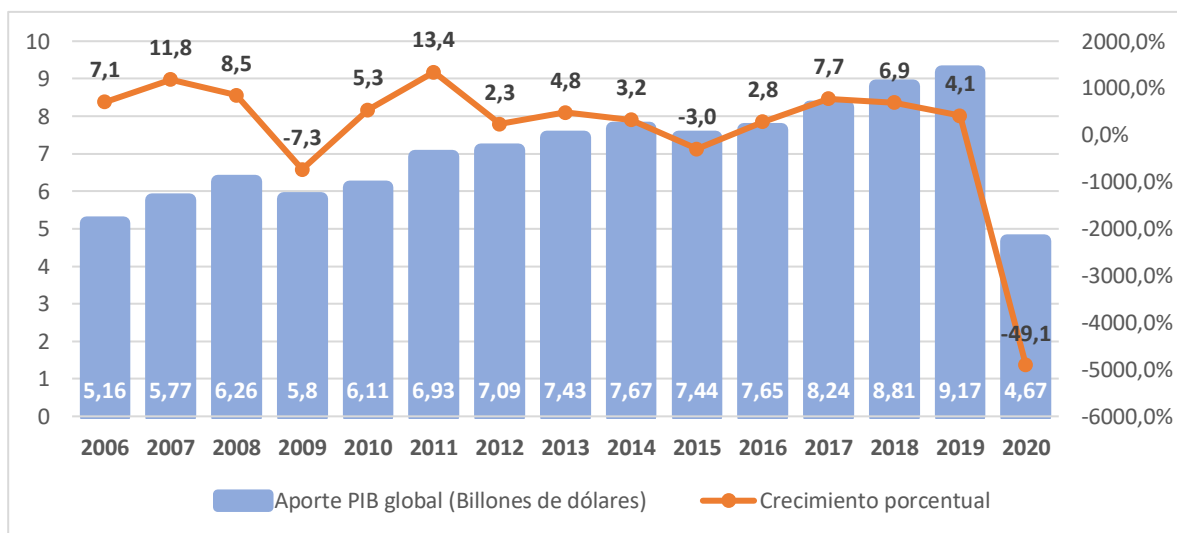
6 Contexto económico Mundial del Turismo 2019 vs 2020

Según el informe presentado en junio del 2021 por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés), durante el 2019 se registró un total de 1.500 millones de llegadas de turistas en todo el mundo, lo cual equivale a un 4% de crecimiento respecto al 2018, siendo medio Oriente la región más visitada durante el 2019. En ese año se generó un aporte de 9.17 billones de dólares, representando el 10,4% de PIB mundial y generando más de 330 millones de empleos (10,6% de todos los puestos de trabajo nuevos generados durante ese año), directos e indirectos, involucrando a cadenas hoteleras, agencias de viajes, transporte y empresas de ocio en general, convirtiéndose en el décimo año consecutivo de un crecimiento sostenido desde el 2009.

No obstante, a pesar del notable crecimiento del sector en todas las regiones alrededor del mundo, se considera que el crecimiento en el 2019 fue más lento en comparación a los años 2018 (+6%) y 2017 (+7%). Esto se debe, en mayor parte, a la incertidumbre y tensión geopolítica en torno al Brexit, el hundimiento de Thomas Cook (la agencia de viajes más longeva del mercado, en quiebra) junto con varias aerolíneas de bajo costo en Europa y las controversiales relaciones comerciales entre Occidente y Asia, han sido, sin duda, los hechos más relevantes y que mayor impacto han generado en el sector turístico, especialmente en las economías más avanzadas de las regiones de Asia y el Pacífico.

Por otro lado, el inicio de la pandemia por Covid-19 durante el 2020, trajo consigo consecuencias devastadoras para la economía global, especialmente para el sector turístico debido a las restricciones de movilidad internacionales. Como resultado, durante este mismo año la contribución al PIB global disminuyó un 49,1% en comparación a lo registrado en 2019, alcanzando tan solo 4.7 billones de dólares (5,5% de participación económica mundial) y generando una pérdida de más de 62 millones de empleos, causando el cierre y liquidación de pequeñas y medianas empresas (PYMES), las cuales representan el 80% del total de empresas pertenecientes al gremio de viajes y turismos a nivel global.

Gráfica 24. Cronología de Impacto Económico Turístico en el mundo 2006-2020



Fuente. Elaboración propia. Datos tomados de Informe presentado por la OMT.

Desde los 2000, el histórico económico del turismo ha sufrido tres eventos de gran importancia que causaron un gran impacto negativo y, por ende, la desaceleración del crecimiento en el sector. En orden cronológico, en 2001 ocurre el atentado terrorista contra

las torres gemelas en Estados Unidos, evento conocido como el 9/11 el cual ocasionó gran indignación y temor entre las naciones provocando que se restringiera la movilidad aérea entre fronteras y, por ende, el crecimiento y desarrollo de los diferentes sectores económicos se vieran afectados, especialmente el turístico. En 2009, estalla la crisis financiera global y con ello la oleada de despidos masivos, desconcierto inmobiliario, quiebra del sector bancario y bajas insuperables en la bolsa de valores en todo el mundo.

En 2020, la OMT (Organización Mundial de la Salud) declara crisis sanitaria global causada por una enfermedad infecciosa provocada por el virus SARS-coV-2 (Covid-19) originado en Wuhan, China, el cual cobro la vida de más de 6.8 millones de personas en todo el mundo y ocasiona que el 100% de los destinos cierre total o parcialmente sus fronteras a los turistas.

En resumen, la pérdida total del PIB del sector turístico en 2020 a nivel global fue casi 18 veces mayor que la crisis financiera del 2009, dejando una pérdida de más de 4.498 mil millones de dólares. Así mismo, el gasto de los turistas nacionales disminuyó un 45% mientras que el gasto de los turistas internacionales se redujo drásticamente en un 69,4%; entre tanto, el segmento de negocios también se vio fuertemente afectado con una reducción del gasto del 61% en comparación con el segmento de ocio que disminuyó en 49,4%. En cuanto al empleo, durante el 2020 se perdieron poco más de 62 millones de puestos de trabajo representando un 18,5% de disminución en el sector, siendo las pequeñas y medianas empresas las más afectadas por la crisis.

7 Impacto y consecuencias del Covid-19 en la economía del sector turístico y de negocios en las Américas durante el 2020 y 2021

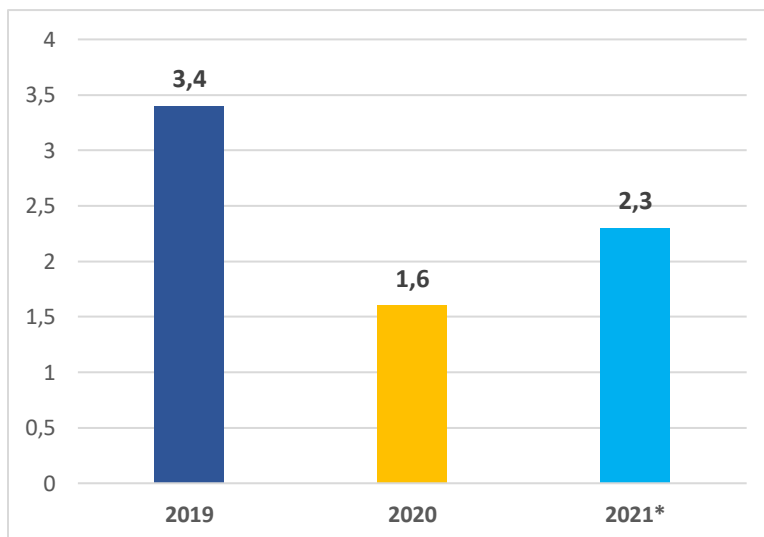
A diferencia de las demás regiones del mundo, las Américas fue la menos afectada en comparación con Asia y Europa. La desaceleración económica del sector turístico en esta región fue del 42,4%; las restricciones de movilidad conllevaron a la disminución del gasto internacional del 72,1% y del 38,9% en el gasto nacional, sin embargo, la participación del gasto nacional incremento del 82% al 91% en 2020, convirtiéndose en uno de los factores clave para la recuperación del sector. Así mismo, el sector laboral perdió 11.8 millones de empleos representando una disminución del 26% en toda la región. A pesar de que su economía turística cayó un 41%, Estados Unidos consiguió mantenerse como una de las economías turísticas más grandes del mundo y su plan de gobierno ha sido uno de los primeros en implementar estrategias de recuperación y de rápida ejecución del plan de vacunación para inmunizar a más del 90% de su población en poco tiempo. Mientras tanto, México logro fortalecerse y posicionarse como la segunda economía turística más grande de la región a pesar de que el PIB del sector turístico cayera un 48,1%.

No obstante, los países caribeños son quienes han sufrido las desastrosas consecuencias que trajo consigo la crisis sanitaria global, pues estos países dependen enormemente de la actividad turística por ser países isleños. Dentro de los más afectados se encuentran San Cristóbal y Nieves, con una disminución del 72% en su economía y Santa Lucía con un 71%, las Bahamas y las Islas Vírgenes del Reino Unido también sufrieron pérdidas significativas en cuanto a demanda turística del 68% y 67,6% respectivamente.

A pesar de las graves consecuencias económicas y el gran impacto negativo turístico que trajo la pandemia, no todo es malo, pues la demanda y el gasto nacional se fortalecieron logrando un crecimiento del 91% en 2020, un incremento de 11% más que en 2019; también se rescata el hecho de que la creatividad y el emprendimiento de la población nunca se detuvo, pues la crisis sanitaria se convirtió en una nueva oportunidad de negocio creando pequeñas empresas dedicadas a la manufactura y comercio de implementos de autocuidado y limpieza para el hogar.

Por otro lado, la OMT realizó diferentes predicciones respecto al curso que se espera que el sector turístico tome durante 2021, las expectativas se enfocan en una recuperación gradual y una contribución del 2,3% al PIB directo turístico frente al 1,6% en 2020. Como pilar fundamental para la recuperación del mercado turístico en la región, el turismo nacional ha sido, sin duda, el principal motor de desarrollo económico, impulsado por una fuerte demanda acumulada y una preferencia por viajes cortos y lugares más cercanos a casa en entornos más naturales y costeros. A su vez, el turismo internacional tuvo un crecimiento moderado durante el tercer trimestre del 2021, gracias, en gran parte, al aumento en la tasa de vacunación contra el virus y el levantamiento de las medidas restrictivas de movilidad entre fronteras, sin embargo, el camino hacia la recuperación total del sector aun es largo, pues entre enero y septiembre del 2021, las llegadas internacionales se encontraban en un 76% por debajo de lo registrado en 2019 durante el mismo periodo y debajo del 20% respecto al 2020.

Gráfica 25. Contribución al PIB turístico global de la región de las Américas del 2019 al 2021



Fuente. Elaboración propia. Datos tomados de Organización Mundial del Turismo (OMT).

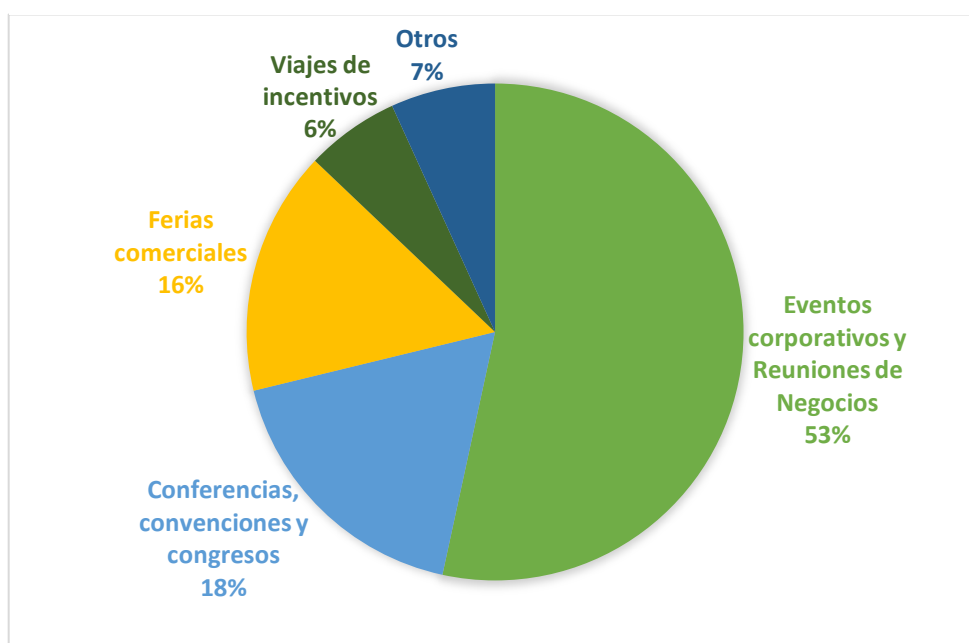
Informe: Global Economic Impact and Trends 2021

Nota. Datos a octubre del 2021*. Estimaciones preliminares

El 2020 fue sin duda el peor año para la economía del sector turístico, generando pérdidas por encima de los 4.5 billones de dólares, causando la pérdida de más de 62 millones de puestos de trabajo, el cierre parcial o definitivo de casi el 42% de las medianas y pequeñas empresas, sin mencionar las más de 6 millones de vidas humanas que se perdieron durante este eventos, ha dejado graves consecuencias en el desarrollo socio-económico de los países que componen la región, sin embargo, gracias al plan de acción ejecutado en conjunto por los gobiernos, se logró minimizar el daño causado al sector privado económico y sanear paulatinamente los estragos que trajo consigo la crisis sanitaria, pero el camino hacia el restablecimiento total del turismo y de la economía aún es largo y muy incierto, pues el crecimiento económico se desarrolla muy lento debido a que aún hay gran temor a un nuevo rebrote del virus o de la propagación de alguna de sus variantes.

En cuanto al segmento de Turismo de Negocios o Turismo MICE, éste ha sido considerado como la 13° economía más grande del mundo dentro del sector turístico. Teniendo en cuenta los aportes generados por los eventos realizado en esta categoría, se estima una contribución económica global alrededor de 2.5 trillones de dólares (hasta 2019) y la creación de más de 26 millones de empleos nuevos. Además, se calcula que el turista de negocios o asistente a eventos genera un gasto promedio diario 4 veces mayor al gasto generado por un turista tradicional de ocio, por lo tanto, el turismo MICE resulta un sector muy rentable y competitivo para la economía interna del país. La composición del este segmento se debe en su mayoría a los eventos corporativos y reuniones de negocios, seguido por convenciones, conferencias y congresos, ferias comerciales, viajes de incentivos, entre otros motivos tal y como se aprecia en la siguiente gráfica.

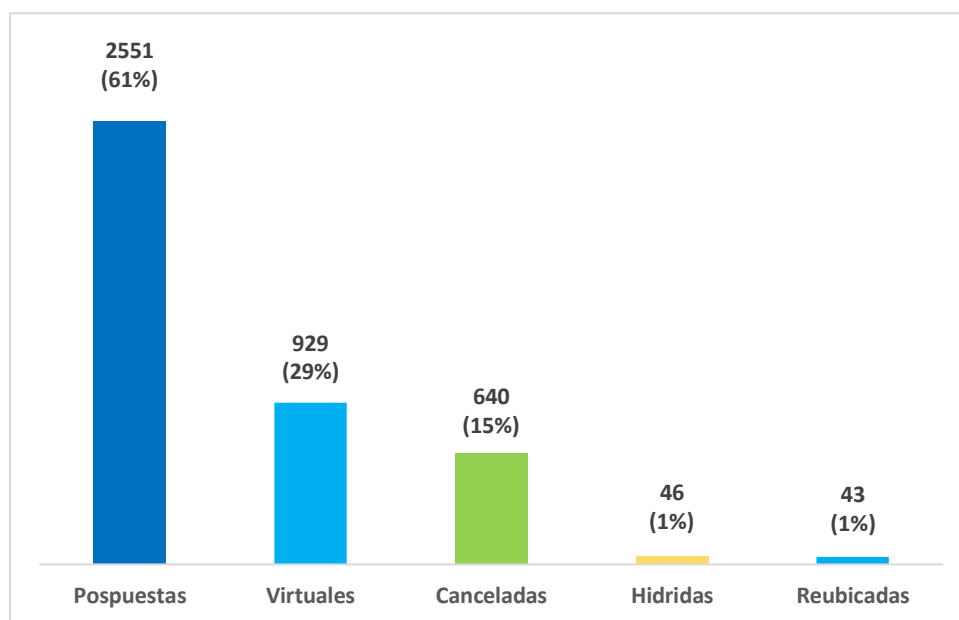
Gráfica 26. Distribución de la composición del segmento del Turismo MICE en América Latina



Fuente. Elaboración propia. Datos tomados de CORFO Y Senartur. Informe: SITUACION ACTUAL Y TENDENCIAS DEL TURISMO MICE 2020-2021

El impacto negativo que generó la pandemia del Covid-19, dejó grandes pérdidas para el sector, puesto que fue el más afectado y posiblemente será uno de los últimos en recuperarse. Muchos eventos previstos de esta categoría tuvieron que ser cancelados o pospuestos, esto, ha causado la disminución considerable del crecimiento y desarrollo del mismo, teniendo en cuenta que la principal característica de esta práctica es la movilización y desplazamiento de grandes grupos de personas para la realización de estas actividades. En la siguiente gráfica se puede apreciar el número de cancelaciones y reprogramación de eventos durante el 2020 en todo el mundo.

Gráfica 27. Reuniones afectadas a nivel global durante el 2020



Fuente. Elaboración propia. Datos tomados de ICCA Reporte anual 2021

Un total de 4.209 reuniones se vieron afectadas durante el transcurso del 2020, siendo el 60% de éstas pospuestas, lo que equivale a 17.052 días de eventos por congresos con más de 2,5 millones de participantes y una pérdida económica de alrededor de 7 mil millones de dólares. El nuevo escenario que trajo la pandemia causó la pérdida de muchos puestos de trabajo relacionados con la cadena de valor, pero a pesar de las pérdidas económicas, se ha podido observar la resiliencia que ha mostrado el mercado del turismo MICE y su capacidad de adaptación a los nuevos cambios en la industria.

A pesar de que el número de reuniones y eventos en América Latina fuese considerablemente menor en comparación con Europa, la pérdida de capital se ha visto reflejada en gran medida en el sector laboral, siendo la clase obrera nacional la más afectada por el bajo flujo de turistas. En la siguiente tabla se puede apreciar la pérdida monetaria para la industria MICE en los países de la Alianza del Pacífico.

Tabla 5. Diferencia económica (USD) estimada de eventos MICE realizados en los países miembro de la Alianza del Pacífico 2019 vs 2020

País	Estimado ingresos USD por eventos ICCA realizados (2019)		Estimado pérdidas USD por eventos ICCA afectados (2020)		Diferencia estimada anual	
México	USD	179.270.000	USD	138.954.180	USD	40.315.820
Colombia	USD	108.544.800	USD	83.905.130	USD	24.639.670
Chile	USD	98.919.025	USD	76.464.406	USD	22.454.619
Perú	USD	76.675.200	USD	59.269.929	USD	17.405.271
Total	USD	463.409.025	USD	358.593.645	USD	104.815.380

Fuente. Elaboración propia. Datos tomados de ICCA 2021. Reporte de Organismos de promoción turística de América Latina

8 Proyecciones y planes de acción para la reactivación del turismo en los países miembro de la Alianza del Pacífico.

Los diversos estudios realizados por organismos como la OMT (Organización Mundial del Turismo), el WTTC (World Travel & Tourism Council), el BID (Banco Interamericano de Desarrollo) y el Banco Mundial, presentan las nuevas tendencias que ha tomado la industria del Turismo durante los últimos dos años, las cuales indican que habrá menos viajes que en 2019, puesto que la reapertura total del 100% de los destinos alrededor de mundo aún sigue en proceso debido a los rebrotes que se han presentado por causa de las nuevas variantes del Covid-19. Sin embargo, a pesar de las restricciones en la movilidad aérea y terrestre, los viajes y planes turísticos están tomando fuerza nuevamente entre destinos vecinos. Gracias a esta tendencia de crecimiento, la Alianza del Pacífico ha conformado un plan de desarrollo en conjunto con el Banco Interamericano de Desarrollo el cual se espera que permita la pronta reactivación de Turismo en todos sus segmentos teniendo en cuenta as medida de seguridad frente a la pandemia que aún sigue presente.

El Plan de Reactivación del Turismo Post Pandemia Covid-19, como ha sido llamado, se compone principalmente de cinco objetivos, los cuales a su vez disponen de objetivos específicos que permiten tomar acciones de manera concreta y eficaz: el primero de los objetivos y uno de los más importantes, se refiere a las enormes pérdidas que ha tenido el sector comercial de las Pymes (pequeñas empresas), el cual se ha visto afectado desde el inicio de la pandemia y se prevé que su recuperación será más lenta que en los demás sectores de la industria. Gracias a la organización de un dialogo con países que componen la Unión Europea UE, como Austria, Finlandia, España y Portugal, se busca intercambiar puntos de vista desde la perspectiva económica buscando la pronta recuperación del sector y prevenir

futuros desafíos, así como el planteamiento de un nuevo plan de desarrollo que de paso a la innovación y se adapte a las nuevas tendencias y demandas del mercado. Como segundo objetivo, en una Macrorredada virtual, dirigida por representantes de las agencias de promoción-turismo de los países de la Alianza del Pacífico, se busca establecer parámetros de financiación para mitigar los efectos socioeconómicos generados por la pandemia del Covid-19, estos planes son apoyado por el Banco Interamericano de Desarrollo y las entidades de promoción y turismo de los países miembro, además, estas entidades buscan brindar un acompañamiento financiero a las pymes del sector en cuanto al valor de sus ventas futuras.

El tercer objetivo, se enfoca en la realización de campañas de promoción para la reactivación del Turismo en los cuatro países del bloque. Como medida principal, se espera construir una estrategia de marketing con un mensaje unificado para promocionar aquellos atractivos turísticos de cada país y de este modo impulsar la oferta, incentivando una respuesta positiva por parte del mercado, dentro de esta estrategia se espera implementar todos los medios de comunicación disponibles para lograr un mensaje asertivo y coherente. También se espera que esa estrategia de marketing unifique aquellas entidades involucradas en el sector para de este modo facilitar la difusión de la campaña de promoción. El enfoque principal de esta estrategia son los medios de comunicación, con el fin de hacer una promoción entre países y una reactivación efectiva interregional.

Como cuarto objetivo, se plantea realizar una rueda de dialogo entre los países de la UE nombrados anteriormente y los países de la Alianza del Pacífico, este dialogo permitirá compartir diversas ideas respecto a las nuevas tendencias de demanda del mercado y

promover el turismo sostenible y responsable en todos sus segmentos, además, como parte de esta transición, se busca implementar más medios digitales para la realización de los diversos eventos de carácter profesional o de esparcimiento. Se espera que para este dialogo se sumen, además de las autoridades del sector turístico de cada país del bloque AP y de la UE, empresarios del turismo de ambas partes, asociaciones empresariales del gremio, sociedad civil, academias, entre muchas otras.

El quinto y último objetivo, pretende fortalecer el sector a través de cursos y herramientas de formación online gratuitas enfocadas en las necesidades para la población laboral involucrada y mayormente afectada por la pandemia Covid-19, y promover la futura certificación de las competencias adquiridas y su reconocimiento en cada uno de los países miembros. Para aquellas personas que por motivos de la pandemia perdieron sus puestos de trabajo o quebraron sus empresas, además de las oportunidades financieras respaldadas por el Banco Interamericano de Desarrollo, se quiere capacitar a la población para una reinserción laboral, ya sea en su campo o en otro sector de la economía.

En resumen, el plan de desarrollo que se espera implementar a finales del 2020 y durante todo el 2021, analizando resultados en el 2022, es un claro ejemplo de que los países si pueden trabajar en conjunto para lograr un mutuo beneficio, compartiendo ideas, puntos de vista y apoyos humanitarios y financieros, sin importar la cultura, raza, religión o lengua. Por mal que suene, las devastadoras consecuencias económicas que ha dejado el Covid-19 permitieron que se iniciara una trascendencia a una modalidad más consciente con el medio ambiente, sostenible y resiliente. Permitiendo la creación de nuevas ideas y tendencias menos

agresivas con el entorno y la creación de una conciencia responsable y consciente del cuidado que se debe tener al entorno natural, pues sin ello no habría turismo, ni promoción.

La digitalización del sector, también se ha convertido en un punto clave para lograr la transición deseada, pues es una nueva manera de estar en contacto sin estar presentes y un medio de conectividad muy útil. Se espera que los avances tecnológicos ayudes a mitigar los daños al medio ambiente y a la difusión de buenas prácticas en el desarrollo de las actividades del sector para generaciones futuras.

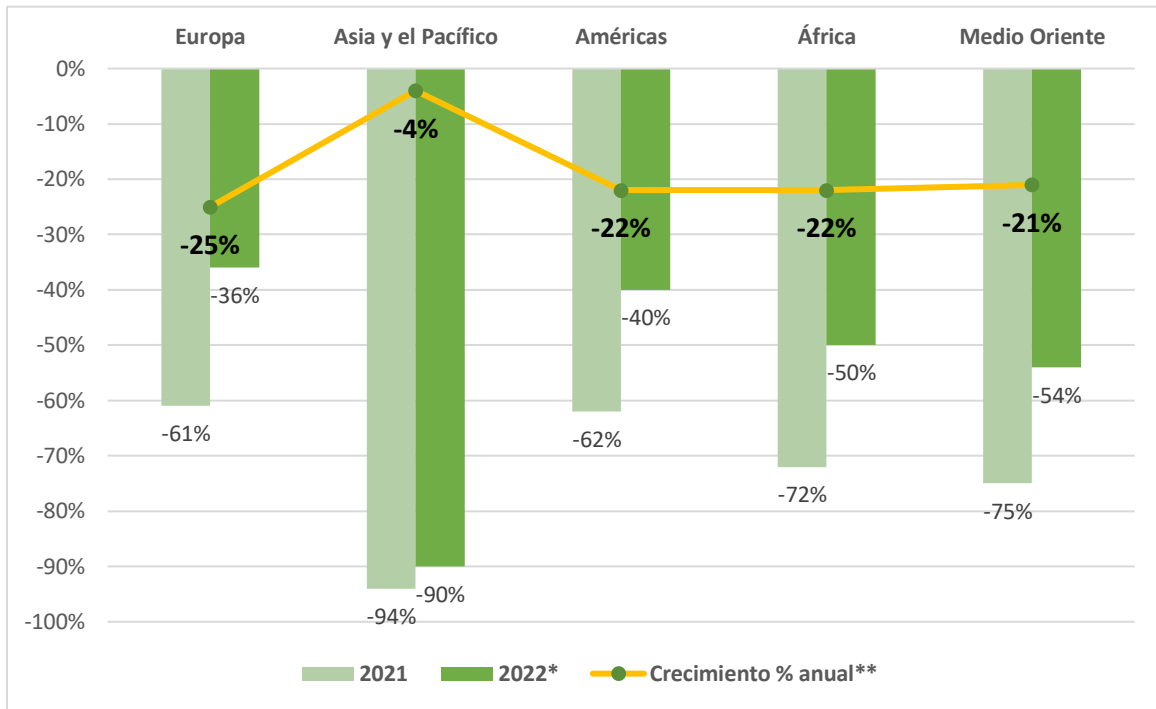
OBJETIVO 3. Analizar el sector turístico postpandemia de los países de la Alianza del Pacífico y sus proyecciones para la recuperación de sector.

9 Análisis del comportamiento del sector turístico y su recuperación.

El turismo internacional ha continuado con su recuperación en el 2022, pero esta vez con mayor fuerza que el año anterior. Según los datos disponibles por la OMT, las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo durante enero de 2022 tuvieron un aumento del 130% en comparación con el 2021. Estas cifras confirmaron la tendencia positiva que ha tomado el sector para su recuperación, sin embargo, durante el mismo mes, este progreso se vio afectado por la aparición de una nueva variante del virus (Ómicron) la cual causó la activación de medidas restrictivas en movilidad y una aplicación más severa de las mismas. No obstante, para Europa y las Américas, la recuperación del turismo tuvo un significativo repunte durante este mes, pues el crecimiento en las llegadas de turistas a estas regiones (+199% y +97% respectivamente) continúa mostrando mejoría en sus resultados en comparación al 2021, pero aún sigue por debajo de la mitad en comparación con el año 2019.

Así mismo, Medio Oriente (+89%) y África (+51%) también registraron un crecimiento positivo, pero aún sigue siendo bajo en comparación con el 2019. Para Asia y el Pacífico, su crecimiento se vio fuertemente afectado por la permanencia de las medidas restrictivas de movilidad a los viajes no esenciales provocando un descenso en las llegadas internacionales de 93% desde el 2019.

Gráfica 28. Recuperación del sector turístico en el mundo para el 2022



Fuente. Elaboración Propia. Datos tomados de Organización Mundial del Turismo (OMT)
Cifras publicadas el 1/08/2022 hasta julio del 2022.

Las cifras mostradas en la gráfica 28, representan la variación del sector entre el 2021 y el 2022, sin embargo, el crecimiento porcentual se refleja en negativo dado que, aun que el sector se recuperó, ese crecimiento sigue siendo inferior al registrado en el 2019, por lo cual, se espera que las cifras del crecimiento porcentual se tripliquen hasta diciembre del 2022. Por subregiones, Europa Occidental encabeza la lista en cuanto a los mejores resultados, cuadruplicando el número de llegadas en enero del 2022 respecto a lo registrado en 2021, pero sigue un -58% que en 2019. Así mismo, varias islas del Caribe, así como de Asia y Centroamérica, mostraron mejores resultados que en 2019 y una tendencia de crecimiento positiva en muy poco tiempo. Sin embargo, otros destinos importantes como México y

Turquía experimentaron descensos del 24% y 16% respectivamente en comparación con lo registrado en 2019.

Por otro lado, la guerra que comenzó a finales de febrero del 2022 entre Rusia y Ucrania ha sido un obstáculo para la recuperación del entorno económico mundial y la confianza entre los gobiernos involucrados en el conflicto se ha visto afectada debido a las tensiones políticas generadas entre los aliados de ambas partes. Los mercados de Estados Unidos y Asia son especialmente prudentes con el riesgo que representa este conflicto, por tanto, se mantienen a la expectativa de las posibles soluciones políticas entre los dos gobiernos y se espera que las mesas de dialogo sirvan para mediar la disyuntiva política.

Así mismo, las penalizaciones económicas impuestas a Rusia por parte de los aliados de Ucrania y organizaciones mundiales como la ONU, entre otros, han retrasado la recuperación en todos los sectores económicos afectados por la pandemia, ahora bien, el cierre del espacio aéreo ruso y ucraniano han afectado enormemente el progreso de los viajes internos en el continente, además, las aerolíneas internas han tenido que desviar los vuelos de larga distancia entre Europa y Asia Oriental, lo que se traduce en vuelos más largos y costos más elevados. Para el sector turístico, Rusia y Ucrania representaron conjuntamente el 3% del gasto mundial y como destino turístico obtuvieron el 4% de todas las llegadas internacionales en 2020, por tanto, si el conflicto político continua entre ambas naciones, se estima una perdida aproximada de 14.000 millones de dólares en ingresos turísticos mundiales.

Sin duda, la ofensiva de Rusia contra Ucrania sumará nuevas tensiones a las difíciles condiciones económicas existentes, debilitando el bolsillo de los consumidores y aumentando la desconfianza de los inversionistas del sector privado. Adicional a esto, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) tiene un estimado del 1% menos para el crecimiento económico mundial del 2022 que lo previsto anteriormente debido a la volátil inflación presente desde principio de año, lo cual, ha encarecido los servicios de alojamiento y transporte, adicional a esto, la subida de precios del petróleo añaden una fuerte presión sobre las empresas, por tanto, ocasiona una reducción significativa en el poder adquisitivo de los consumidores y el ahorro de aquellos turistas que esperan viajar a destinos nacionales e internacionales afectando el progreso de recuperación turística tanto regional como global.

10 Análisis del turismo MICE en los países de la Alianza del Pacífico y sus proyecciones.

Los países del bloque se preparan para una reapertura del segmento de negocios dentro del sector turístico como eje fundamental para una pronta recuperación del mismo, por tanto, como parte de su plan de reactivación conjunta se planea profundizar en las giras de capacitación presencial y en las mesas de diálogo para compartir y difundir las propuestas existentes para impulsar las ruedas de negocios con ayuda de nuevas tendencias de digitalización y canales virtuales.

Estas giras visitaran Colombia, México, Chile y Perú y se propone el intercambio de eventos internacionales en aras de enriquecer el impulso y desarrollo del segmento MICE

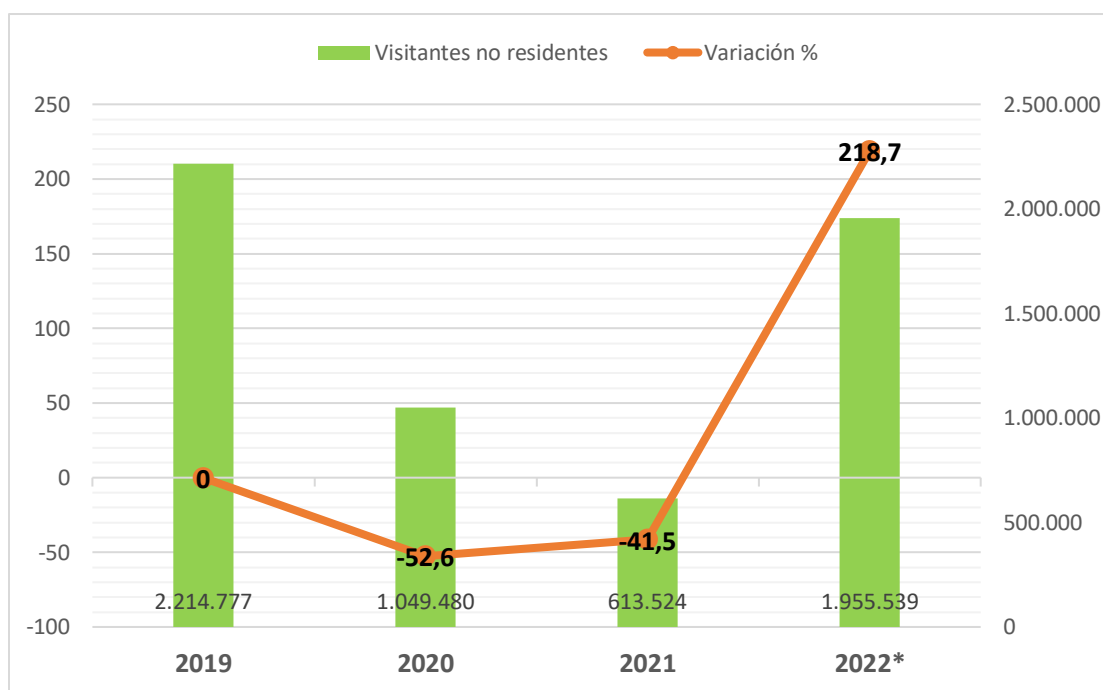
para los países involucrados, además, el nivel de competitividad en el mercado es cada vez más exigente tanto en infraestructura como en mano de obra especializada, por tanto el objetivo de la Alianza del Pacífico con estas propuestas es, además de compartir ideas y generar un espacio de esparcimiento cultural, es potenciar y preparar el talento humano para asimilar las nuevas demandas y tendencias del mercado de negocios, de este modo se esperar expandir un mayor campo laboral especializado y consolidar la oferta de negocios en los cuatro países a través de herramientas de digitalización y promoción conjunta que posibilite el posicionamiento de bloque como destino idóneo para la realización de eventos de carácter profesional y empresarial.

10.1 Colombia

A principios del 2022, Colombia presentó cifras muy favorables en cuanto a la recuperación del segmento de negocios, registrando un total de 16.634 ingresos de viajeros extranjeros (123,1% más que en 2021), cuyo motivo de visita era la participación en eventos de negocios y reuniones profesionales. Las cifras presentadas por Migración Colombia en mayo del 2022 y analizadas por Procolombia, concluyeron en que los participantes de estos eventos eran, en su mayoría, provenientes de Estados Unidos, Brasil, México, Perú y España. En cuanto a los destinos nacionales con mayor demanda, se encuentran Bogotá, como destino principal, Medellín, Cali, Cartagena y Barranquilla. Por otro lado, Procolombia realizó un encuentro celebrado en Washington con los principales representantes del segmento MICE de ese país, en donde la organización buscó posicionar a Colombia como destino altamente calificado para la celebración de todo tipo de eventos de carácter profesional.

Respecto a esto, la presidenta de Procolombia, Flavia Santoro, ratificó que Colombia cuenta con la infraestructura y el personal capacitado para ser reconocido como líder sudamericano en la región gracias a los planes de acción puestos en marcha durante el 2020 para apoyar a los empresarios del sector con campañas como “*Cambia la fecha, no el destino*”. A esto, se suman los planes de capacitación y acompañamiento por parte de la Alianza del Pacífico para adaptarse a las nuevas tendencias del sector como los eventos de forma híbrida y biosegura y el desarrollo de nuevas infraestructuras con espacios certificados con el sello *Check in certificado* y *Covid-19 bioseguro* por parte del Gobierno Nacional.

Gráfica 29. Comportamiento del sector turístico durante el periodo enero-junio para los años de 2019 a 2022



Fuente. Elaboración Propia. Datos tomados de Migración Colombia y Sociedades Portuarias – MinCIT.
 *Datos tomados de enero hasta junio del 2022. Cifras publicadas en agosto 2022.

Durante el primer semestre del 2022 se ha visto un gran avance en cuanto a la reapertura del sector turístico en todos sus ámbitos. Cada vez son más los turistas interesados en visitar el país y conocer más acerca de su cultura y la belleza de sus paisajes. Esto ha sido posible, en gran parte, a las campañas de promoción turística incentivadas por Procolombia y en conjunto con las propuestas de la Alanza del Pacífico. Se ha logrado una recuperación del +218,7% en la primera mitad del año en comparación con el 2021. En cuanto a los viajeros que ingresaron al país por motivo de negocios se registró un incremento del 179.4% durante el 2022. Sin embargo, a pesar de la acelerada recuperación del sector aun continua una brecha del -11,7% en cuanto a lo registrado en 2019.

Según un reporte presentado por la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (Anato) basado en datos de la Aeronáutica Civil, durante el primer semestre del 2022 varias rutas de vuelo presentaron un mayor crecimiento en el tráfico de pasajeros en vuelos internacionales durante este periodo, las cuales fueron: Medellín-Punta Cana (+407%), Cali-Cancún (+168%), Bogotá-Toronto (+67%), Cali-Santiago de Chile (+64%), Medellín-Orlando (+19%), Medellín-Cancún (+8%), Pereira-Miami (+5%) y Cartagena-Panamá (+3%). Estas cifras, sin duda, han demostrado el esfuerzo conjunto de las diversas organizaciones turísticas y la resiliencia del sector frente a las duras consecuencias económicas que dejó la pandemia.

Por otro lado, el segmento de turismo de romance (bodas, despedidas de solteros, lunas de miel, renovación de votos) ha tomado gran fuerza durante el 2022, con un crecimiento del +18.3% siendo Cartagena el destino favorito de los turistas seguido por Barichara y Bogotá, además destinos como Villa de Leyva, Cali y Santa Marta han emergido

con gran fuerza dentro de la industria. De la mano con entidades gubernamentales como Procolombia, los Bureaus y agremiados, han trabajado por la profesionalización y consolidación del gremio generando nuevas oportunidades laborales y beneficiar a más de 52 categorías de la cadena productiva del sector, de esta manera se busca posicionar a Colombia como destino de romance a nivel internacional.

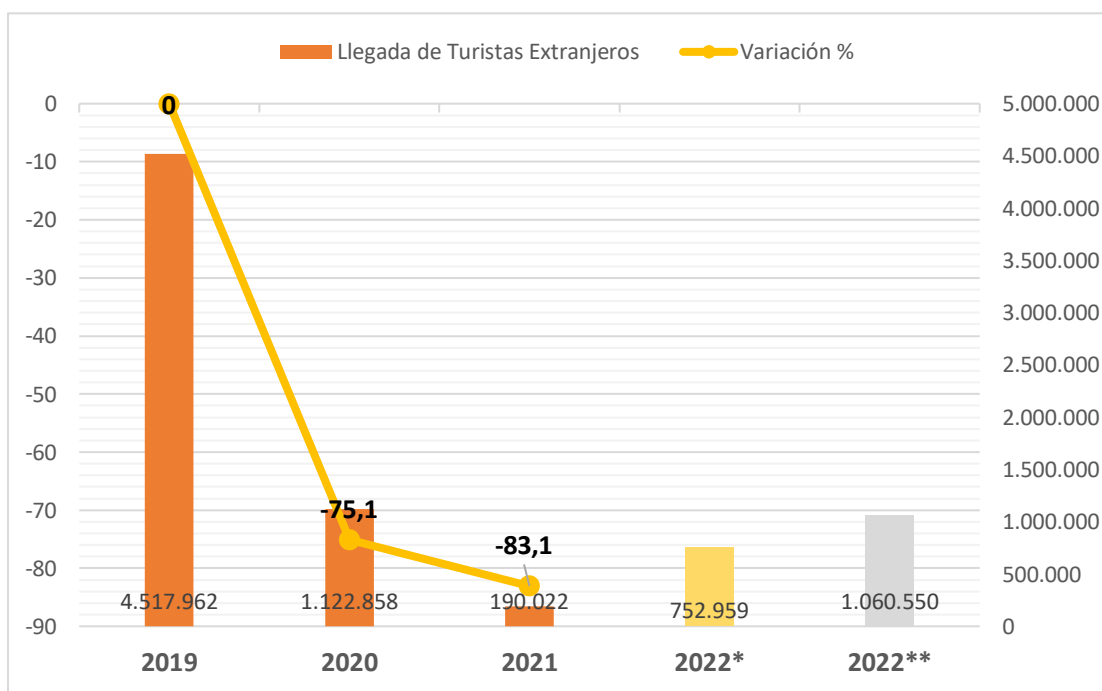
10.2 Chile

Según la directora nacional de Sernatur, Andrea Wolleter, se espera que el 2022 sea un año de recuperación para la industria turística y sus gremios. Los eventos híbridos, sin duda, seguirán teniendo un papel muy importante en el desarrollo del fortalecimiento y realización de las negociaciones internacionales, claro está, priorizando la presencialidad como principal modelo para la ejecución de los eventos y congresos planeados en la región. Sin duda, prevalecerán los destinos más naturales y de espacios abiertos con énfasis en la bioseguridad y enfoque en la calidad de atención al cliente. Los destinos nacionales seguirán siendo el eje principal de la reactivación del sector y se privilegiarán los eventos realizados en esta categoría fortaleciendo la industria interna a la espera de poder reactivar en la internacional.

El ICCA Summit Chile se llevó a cabo en dos jornadas durante el mes de julio del 2022 en el Metropolitan Santiago, uno de los centros de eventos más grandes del país. Este evento tuvo como objetivo visibilizar, potenciar y fortalecer el ámbito local de reuniones y eventos de carácter empresarial, este encuentro permitió tanto a proveedores como a clientes fortalecer y estrechar sus relaciones, su cultura comercial y aprovechar oportunidades para

establecer relaciones comerciales más estables y duraderas. Durante el evento, la subsecretaria de turismo, Verónica Kunze, destacó que durante el 2019 ingresaron al país 500 mil turistas por este concepto los cuales espera que se pueda duplicar en el transcurso del 2022, ya que se Chile destacó como destino MICE a nivel internacional. Hasta el 2019, Chile estaba posicionado como el cuarto país con mayor realización de eventos y reuniones de negocios y Santiago de Chile se ubicaba en la tercera posición en el ranking ICCA de América Latina y el Caribe de ese mismo año.

Gráfica 30. Comportamiento del sector turístico chileno del 2019 hasta proyección del 2022



Fuente. Elaboración Propia. Datos tomados de División de Estudios, Subsecretaría de Turismo y Departamento de Estadísticas, Sernatur.

*Estimación puntual proyectada para 2022. Cifras publicadas en marzo de 2022 por Sernatur.

**Estimación final proyectada para diciembre del 2022. Cifras publicadas en marzo de 2022 por Sernatur.

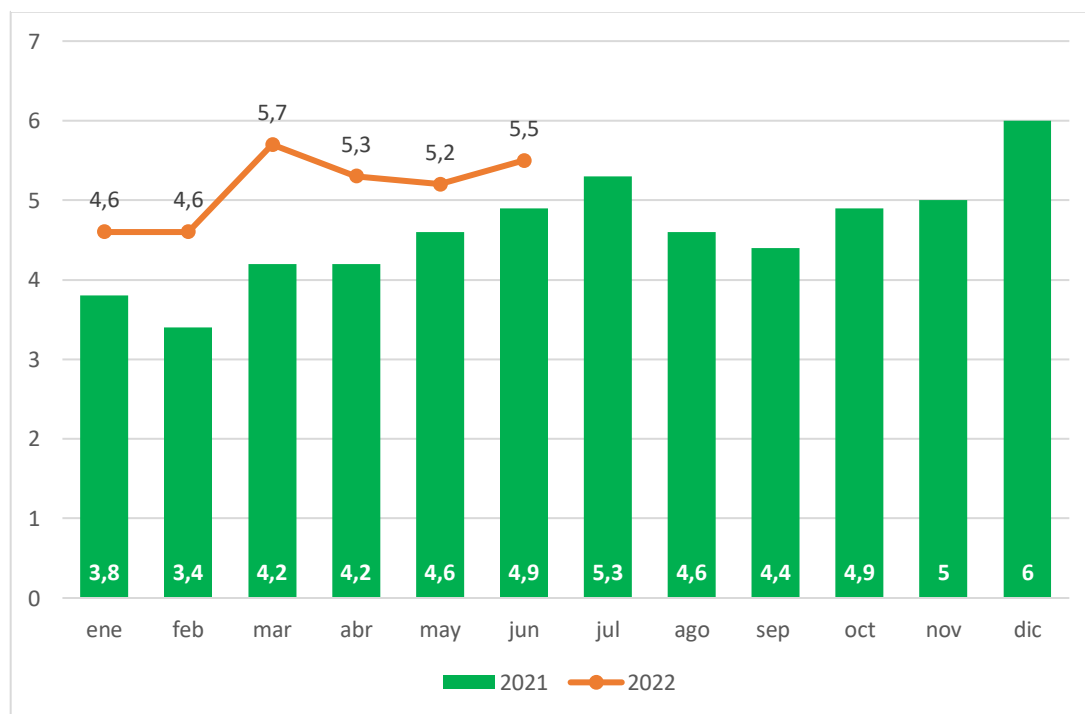
El sector turístico chileno espera un repunte en el comportamiento de los visitantes extranjeros, en donde espera un cierre parcial igual o mejor al de 2021. Hasta el momento, el sector ha mostrado resiliencia frente a los nuevos retos que la postpandemia trajo consigo, entre estos, las nuevas tendencias de viaje entre los turistas y las nuevas formas de negocio que han surgido durante y después de la pandemia. Un 63% de los expertos en el campo consultados por la OMT, opinan que el sector turístico se recuperará a los mismos niveles del 2019 hasta el 2024. El 2021 fue registrado como el peor año para el transporte aéreo, pues tuvo una caída del -81.2% en comparación con el 2019. En cuanto a las proyecciones estimadas para el turismo receptivo, se espera que, con el levantamiento de las restricciones sanitarias, llegue un promedio de 949.911 llegadas de turistas más que el 2021.

Chile espera, durante este nuevo año promocionar el sector turístico gracias a campañas como “*Chile es tuyo*” la cual se enfoca en el mercado nacional, y desea mantener el interés de viajar por Chile y activar la economía entre territorios, “*Chile Travel*” una campaña pensada hacia el mercado internacional y en conjunto con la Alianza del Pacífico donde se desea capacitar y entregar herramientas ofimáticas que permitan una mejor conectividad y acceso al mercado internacional y por último “*Meet Chile*” enfocada en la promoción del segmento de negocios y la importancia que representa para el sector su participación y activación dentro de marco económico del país.

10.3 México

Durante el periodo de enero a junio del 2022, INEGI reportó la llegada de 30 millones 935 mil visitantes al país, 5 millones más con respecto a lo registrado durante el mismo periodo en el 2021, lo cual represento una recuperación del 23.1% para el sector turístico mexicano. Las cifras reportadas hasta el momento han superado las expectativas de lo proyectado para el año 2022. Durante el primer semestre del mismo año el sector turístico ha mostrado gran fuerza, incluso durante época de pandemia, a pesar de que cayó en casi un 70%, logro mantenerse como uno de los sectores más consistentes en la región. A pesar de los grandes retos frente a la industria, las grandes y medianas empresas turísticas lograron permanecer gracias a la demanda interno, la cual contribuyó enormemente al crecimiento económico y el fortalecimiento del mercado laboral.

Gráfica 31. Comportamiento del sector turístico en México durante el periodo enero-junio del 2021 vs 2022



Fuente. Elaboración Propia. Datos tomados de DATATUR. Informe Resultados de la Actividad Turística junio 2022. Datos publicados por SECTUR en julio 2022.

Por otra parte, las industrias dependientes de insumos internacionales como la manufactura de textiles y de construcción mostraron un bajo ritmo de crecimiento en comparación con el sector turístico, que, en cambio, sigue fortaleciéndose cada vez más. No obstante, el sector del transporte logístico benefició la demanda externa, fortaleciendo la cadena de valor del comercio exterior. Adicional a esto, Miguel Torruco Marqués, titular de SECTUR, indica que el país azteca es altamente competitivo en esta industria, gracias a su extensa y moderna infraestructura para la realización de este tipo de eventos, así como en la excelente calidad y calidez en su atención.

De acuerdo con el informe presentado por Destination Performance Index (DPI), en cuanto al incremento y realización de eventos híbridos durante el transcurso del 2022, Colombia y México comparten la primera posición en América Latina, seguidos por Argentina y Brasil. Esto demuestra, que el trabajo elaborado por los países hermanos han realizado esfuerzos conjuntos para lograr una reactivación total del sector, así lo afirmo Laura Maria Gonzalez Naranjo, presidente de Reportur.co. También se espera la realización de 96 eventos más durante el transcurso de lo que queda del año 2022, lo cual representará una derrama económica de más de 46 mil millones de pesos mexicanos.

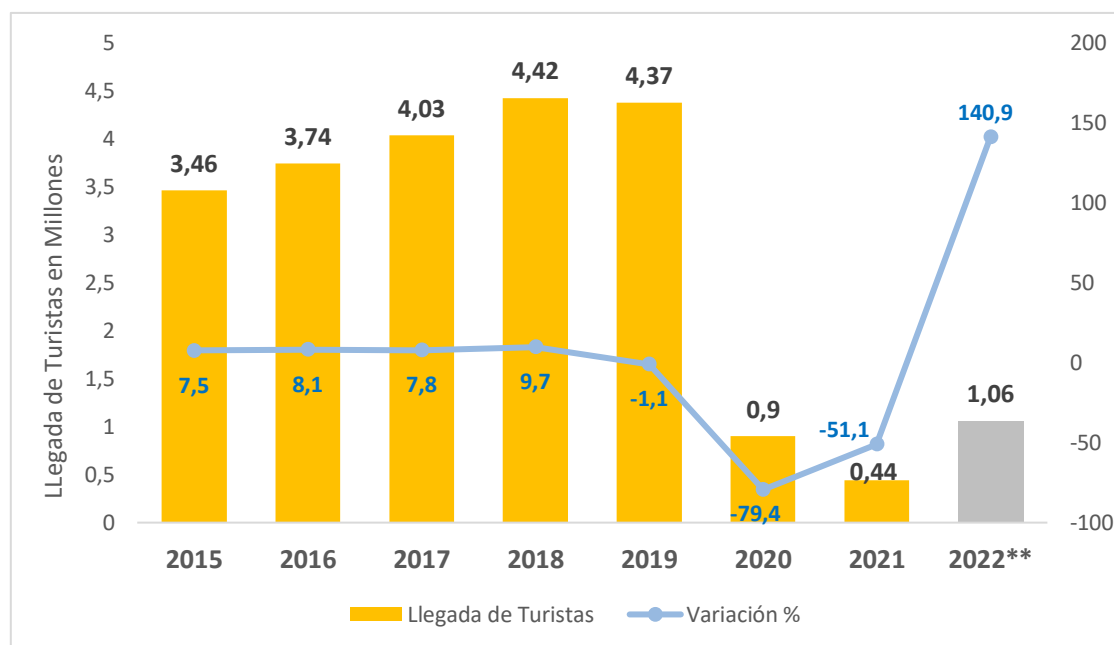
10.4 Perú

El reporte presentado en agosto del 2022 por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, informa que, durante el primer semestre del 2022, poco más de 734 mil turistas internacionales visitaron Perú, representando un crecimiento del 680,4% en comparación con los 92.668 visitantes registrados en 2021 para el mismo periodo, sin

embargo, a pesar del crecimiento exponencial, ésta cifra sigue un 66,8% por debajo de lo registrado en 2019.

Durante el periodo de enero a junio del 2022, los principales países emisores fueron, en primer lugar, Estados Unidos con una participación del 28,5%, seguido por Chile (18,8%), Colombia (7,4%), Bolivia (5,8%) y Brasil (4,4%). Regionalmente, Sudamérica concentro la mayor participación de mercado, representando el 39,5% del total de los turistas que visitaron el país y el 35,4% por parte de Norteamérica. Asimismo, el mercado europeo aportó un 19,5% de participación, mientras que América central y Asia obtuvieron el 2,8% y el 2,3% respectivamente.

Gráfica 32. Comportamiento histórico del sector turístico en Perú hasta junio del 2022



Fuente. Elaboración Propia. Datos tomados de Superintendencia Nacional de Migraciones y MINCETUR. Reporte mensual de Turismo-junio 2022.

**Proyección de cierre para el año 2022. Cifras estimadas. Sujetas a cambios.

Durante el 2019, el ingreso de divisas generado por el turismo receptivo internacional alcanzó un total de US\$4.703 millones, en el 2020 esa suma tuvo una reducción significativa a US\$1.002 millones y para el 2021 tuvo un ligero incremento a US\$1.042 millones. Dentro de lo proyectado para 2022, se estima un cierre parcial de US\$1.947 millones, lo cual, representaría una variación positiva del +86,9% respecto al año anterior. Asimismo, a partir de la información presentada por la Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR), el número de viajes registrados por turismo interno cerró en 48.58 millones para 2019, en 2021 se redujo a 15.56 millones y para el 2022 se estima una proyección de 24.14 millones de viajes, lo que representa un crecimiento del +55% con respecto al año anterior. En 2019, el turismo interno aportó US\$5.656 millones al PIB nacional y para 2022 se espera alcanzar los US\$2.618 millones lo que representaría una variación positiva del 61,4% respecto a lo registrado en 2021.

Por otro lado, Mincetur, ente rector en materia de turismo ha diseñado medidas que esperan contribuyan a la reactivación de sector incentivando al turismo interno como motor económico para este nuevo comienzo, también se busca reposicionar la imagen del Perú como destino predilecto para el turismo MICE. Gracias a los esfuerzos conjuntos con los países miembro de la Alianza del Pacífico, se proyecta una recuperación constante y pronta, además, con las nuevas estrategias de destinos sostenibles, se busca que Perú encabece la lista de destinos ecológicos sustentables y amigables con el ambiente.

Sin embargo, se prevé que una recuperación igual a la registrada en 2019 mostrará mejora a largo plazo; en ese sentido, basándose en los indicadores generados por Mincetur, se perfila el rumbo de la demanda nacional e internacional y se puede determinar que es

posible que el sector turístico alcance niveles prepandémicos en 2026, por tanto, el turista nacional tendrá el protagonismo para dinamizar el sector turístico, mientras que el turista extranjero aumentara su presencia progresivamente hasta llegar a niveles del 2019.

11 Reinención del Sector Turístico: nuevas tendencias

El interés por parte de los turistas de viajar y la demanda por destinos a larga distancia se ha incrementado con mayor fuerza en el segundo trimestre del 2022, según ha publicado Hosteltur, noticias de turismo. Gracias a esto y a las consecuencias que ha dejado la pandemia, el sector turístico ha tenido que reinventarse y es por esto, que han nacido nuevas necesidades por parte de los turistas; la demanda turística ha sufrido grandes cambios y se han creado nuevas tendencias que llegaron para quedarse, siendo la sostenibilidad, los destinos secundarios y los programas de fidelización, entre otras, las tendencias que lideran la lista.

11.1 La Sostenibilidad como foco principal para destinos y alojamientos.

Desde el 2021, el interés por lo ecológico, la naturaleza y la sostenibilidad ha generado gran demanda entre los turistas de todo tipo y todo indica que continuará como principal atractivo al momento de viajar. Según encuestas realizadas por Hosteltur, el 59% de los viajeros, están dispuestos a pagar más por opciones de viajes más sostenibles.

11.2 Pequeños destinos como protagonistas principales.

Debido a las restricciones de aforo que se impusieron durante la pandemia en muchos destinos turísticos, los turistas han optado por destinos secundarios menos masificados para

adaptar sus planes de viajes a la situación de la pandemia y gracias a esto, se han creado nuevas oportunidades para destinos emergentes fuera de las grandes áreas metropolitanas con un mix de actividades al aire libre y escenarios urbanos más limpios y llenos de vida. (Hinojosa, 2022)

11.3 Programas de Fidelización

Muchos de los turistas que pertenezcan algún programa de puntos o millas, intentaran redimirlos para viajar, esta tendencia emergente en 2019 ha tomado mayor fuerza en el 2021 y sin duda son cada vez más las personas que desean ser parte de algún servicio para acumular puntos con un fin recreativo.

Gracias a una entrevista realizada por Hosteltur a la prestigiosa cadena hotelera Four Seasons, se han logrado identificar 10 tendencias más, las cuales se han convertido en parte del día a día de muchas personas durante y después de la pandemia; estos comportamientos por parte de los clientes que realizan su reservación y hacen uso de las instalaciones del hotel han cambiado la cultura de viajera y han afectado también al turismo de lujo, siendo la seguridad, privacidad y exclusividad elementos clave relacionados con la demanda turística, sin embargo, no todas las tendencias se relacionan con la pandemia, pues la innovación y la creatividad siguen siendo parte de esencial para que la industria turística se reactive.

Influencia Alfa.

Es un término usado para referirse al “poder blando” que los niños ejercen indirectamente en las redes sociales para ganar seguidores y “me gusta”, simplemente haciendo lo que mejor saben hacer, ser niños. Con su ternura y ocurrencias, han logrado

posicionarse como tendencia a la hora de ejercer su poder sobre las decisiones de los adultos al momento de viajar, pues esta generación nativa digital, requiere de espacios que proporcionen actividades que enriquezcan a los niños y sus familias durante la estadía en los alojamientos.

Vacaciones de Derroche.

Durante la pandemia, el confinamiento durante meses ha afectado en gran medida el espíritu y comportamiento emocional de las personas, es por esto que se prevé que durante el 2022 y 2023 llegue una ola de viajes de derroche para recuperar ese tiempo que “se ha perdido” y muchos consumidores están haciendo su sueño realidad de viajar a lugares icónicos muy lejos de casa o yendo a eventos deportivos al otro lado del mundo.

Friendcations.

No hay nada mejor como un viaje para reforzar los lazos sociales, es por ello que las vacaciones entre amigos se han popularizado tanto entre los más jóvenes y aventureros, es por esto que grandes cadenas hoteleras como Rosewood Hotels & Resorts han habilitado espacios exclusivos para este tipo de grupos, ofreciendo actividades llamativas y alojamientos con grandes espacios.

Modo Híbrido.

Durante el 2020, las herramientas de conexión remotas se convirtieron en el principal recurso de las empresas para continuar con sus labores, pero ahora, más del 30% de los trabajadores siguen trabajando desde casa incluso cuando las restricciones por parte del Gobierno ya no se encuentran vigentes, muchas compañías vieron en la virtualidad una nueva

oportunidad para ofrecer a sus colaboradores una mejor calidad de vida al ofrecer un mayor tiempo con sus familias, además, claro está, de la mejora en el gasto monetario y el aforo en sus instalaciones.

Bleisure.

Es un nuevo termino acogido por los turistas del segmento de negocios, el cual consiste en crear una oferta turística que combine *Business* y *Pleasure*. Esta tendencia emergió en 2017 con el bum del turismo alrededor del mundo, pero hasta el 2021 tuvo mayor acogida y sigue en tendencia entre los viajeros de negocios, ya que optan por mayores experiencias y no solo trabajo.

Privacidad prepandémica.

Aunque las medidas de restricción han disminuido en casi su totalidad, muchas personas buscan su propia seguridad con el distanciamiento social, es por esto que entre las grandes cadenas hoteleras de lujo se ha creado una oferta turística con enfoque residencial, en productos hogareños y los aparthoteles, lugares diseñados para brindar comodidades de lujo y guardando la seguridad y privacidad de los clientes.

12 Conclusiones

Consecuentemente, se precisa enfatizar en lo beneficioso que ha sido el Acuerdo de la Alianza del Pacífico para los cuatro países que lo componen, y a su vez el crecimiento y desarrollo que ha traído a la región latinoamericana, permitiendo la libre circulación de diversos capitales, bienes, servicios, personas, recursos, etc. Entre tanto, el sector turístico se ha convertido en el centro de la composición de este acuerdo, es por esto que, el turismo tiene como objetivo, no solo generar crecimiento económico sino enriquecimiento social y cultural; gracias a las cadenas de valor que componen esta industria, otros sectores como el transporte, gastronómico y de entretenimiento se ven beneficiados. Sin embargo, también se pudo analizar lo susceptible y frágil que es ante factores ambientales, naturales o causados por el hombre, como lo es la pandemia, cuyas consecuencias hacen que casi desaparezca por completo el turismo como se conocía, pero a pesar de esto, es un sector que, aunque le costó, pudo adaptarse, crear nuevos modelos de negocio, nuevas tendencias, generar conciencia, cambiar los malos hábitos en las personas y convertirse en un nuevo modelo de sostenibilidad y economía conjuntos

Esto demuestra que la eficacia del acuerdo no radica en el poder adquisitivo o económico de sus miembros, sino en la planeación conjunta y la ejecución de estrategias que permitan un desarrollo mutuo. Cooperación, es ha sido la clave para que tanto el sector turístico como los demás sectores que componen la economía surjan y la pandemia, mal que bien, logro dar un aire fresco y una nueva perspectiva a todo aquello que estaba mal y no se entendía la importancia de un cambio y transformación mutuamente beneficiosa.

Por su parte, el segmento de negocios ha logrado continuar principalmente gracias a la tecnología y todos sus avances. Se identifico que el turismo y el internet están fuertemente enlazados, esto le permite al viajero vivir otro tipo de experiencias con el manejo de la virtualidad y la versatilidad con la cual se puede implementar en cualquier campo o ámbito de nuestras vidas. Por consiguiente, ahora el turismo se vive y se disfruta de maneras muy diferentes, las nuevas tendencias has despertado nuevos intereses entre los viajeros; para todos los segmentos que componen la industria turística es un nuevo comienzo, puesto que el mercado turístico se hace cada vez mas competitivo y busca innovar con ideas frescas que capten la atención del consumir o demandante.

13 Recomendaciones

Es imprescindible que los cuatro gobiernos que conforman el acuerdo, realicen una transformación total del uso de petróleo y sus derivados a energías limpias y renovables, que permitan salvaguardar aquello por lo que miles de turistas visitan estos países cada año, sus recursos naturales, paisajes, fauna y flora, ya que gracias a esto existe la necesidad de viajar y conocer otros lugares alrededor del mundo y así generar una economía más sostenible y amigable con la naturaleza y sus ecosistemas, ya que no se debe olvidar que hacemos parte de uno y que la duración del mismo depende de cada uno. Este proceso de cambio, llevará tiempo, pero con suerte será lo suficiente para llevar a cabo una industria completamente consciente y resiliente.

Por otro lado, las estrategias propuestas en los planes de desarrollo de cada gobierno, implica sin lugar a duda un trabajo conjunto de las cuatro partes, para que así, estas estrategias de crecimiento y unificación puedan al fin consolidarse y convertir el acuerdo en una alianza de paz y desarrollo sostenible no solo para sector turístico sino también en las demás áreas económicas que implican del avance y crecimiento de un país.

De este modo, se espera que las relaciones sigan fortaleciéndose cada vez más y que las estrategias de reactivación económica influyan en la toma de decisiones por parte de los dirigentes de cada nación y así se logre esa estabilidad económica tan anhelada.

Bibliografía

- Acerenza, M. Á. (2001). *Administración del Turismo. Vol 1*. México: Trillas.
- Banco Mundial. (2018). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SI.POV.GINI?locations=CO>
- Bonilla Cordero, C., Guarín Restrepo, J., & Sabogal Mora, A. (2018). *repository.ucc.edu.co*. Obtenido de <https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/6278/1/turismo%20sostenible%20en%20la%20Alianza%20del%20Pacífico..pdf>
- Caribbean News. (Mayo de 2019). *Traffic American*. Obtenido de <https://trafficamerican.com/latinoamerica-un-fuerte-destino-para-el-turismo-mice/>
- CCB. (Febrero de 2018). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Turismo-de-Negocios-y-Eventos/Noticias/2018/Febrero-2018/La-estrategia-de-Colombia-para-el-Turismo-de-Reuniones>
- Colombia Travel. (2019). *Colombia Travel*. Obtenido de <https://colombia.travel/es/reuniones/blog/bogota-nominada-como-mejor-destino-de-turismo-de-negocios-del>
- COMEXPERÚ. (2019). *Desempeño Turístico Nacional del Perú*. Lima: Comexperu.
- EIC. (2018). Global economic significance of Business events . *Event Industry Council* , 6-5.
- García, J. (2013). Alianza Pacífico. ¿Hacia donde Vamos? *Agenda Internacional*, 43-54.
- Gestión. (14 de julio de 2019). *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/lima-convierte-principal-destino-chilenos-desplazando-buenos-aires-273062-noticia/?ref=gesr>
- GoChile. (2019). *GoChile*. Obtenido de <https://www.gochile.cl/es/santiago/>
- Hinojosa, V. (18 de FEBRERO de 2022). *HOSTELTUR*. Obtenido de https://www.hosteltur.com/149939_tres-tendencias-que-marcaran-el-turismo-global-en-2022.html
- ICCA. (20 de 07 de 2020). *The Iceberg*. Obtenido de <https://www.the-iceberg.org/research/2019-icca-statistics-report-country-city-rankings/>
- INEGI. (2019). Resultados de la Actividad Turística, diciembre 2019. *Subsecretaría de Planeación y Política Turística de México*, 3-10.
- Lopez, R. G. (2016). Nuevas necesidades de los turistas de reuniones. *Aprende de Turismo*.
- Marquez, J., & Santos, N. (2017). Desarrollo del Turismo de Negocios: Una perspectiva portuguesa . *Cuadernos de Turismo*, 697-702.
- MICE. (2019). Reuniones, Eeventos y Negocios en bogotá. 11-12.

- MINCETUR. (2019). *Reporte Mensual de Turismo*. Lima.
- Mincit. (2019). *Turismo en Colombia*. Bogota: Mincit.
- Mincit. (2020). *¡En 2019 el turismo en Colombia rompió récords!* Bogotá: Mincit.
- Noguera, N. (3 de mayo de 2019). *El Tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/turismo-de-negocios-en-colombia-en-auge-en-el-2019-356766>
- OMT. (2019). Panorama del turismo internacional. 7.
- Paredes, M., & Encinas, D. (2020). Perú 2019: crisis política y salida institucional. *Scielo*.
- Polo Alvis, S., Serrano-López, E., & Bernal-Márquez, C. (2019). Análisis de la diáspora colombiana en México: historia, estadísticas y lecturas de causalidades. *Díkaion*.
- Procolombia. (2021). *Colombia Travel*. Obtenido de <https://colombia.travel/es/reuniones/blog/el-turismo-de-negocios-se-vive-mejor-en-colombia-gracias-la>
- Procolombia;Vicepresidencia de Turismo. (2020). *Revisión de la actividad turística en Colombia*. Bogotá: Procolombia.
- PROMPERÚ. (2019). *¿Cómo son los turistas extranjeros que visitaron el Perú en el 2018?* Lima: PROMPERÚ.
- Ramos. (2017). *Mincit*. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=8>
- Redacción PQS. (29 de Diciembre de 2014). *PQS*. Obtenido de <https://pqs.pe/actualidad/politica/los-siete-sucesos-que-marcaron-al-peru-en-el-2014/>
- Sernatour. (2019). Chile. *Anuario del Turismo*, 7.
- World Travel & Tourism Council. (2020). Chile. *2020 Annual research: Key highlights*.