

TENDENCIAS DEL TURISMO EN AMÉRICA LATINA

Lyudmila P. Voronkova

*Doctora titular (Filosofía), prof., (voronkova@fgp.msu.ru)
Facultad de Estudios Globales*

Universidad Estatal LOMONÓSOV de Moscú
Léninskie gory, 1, Moscú, 119991, Federación de Rusia

Recibido el 10 de enero de 2019

Resumen. *En este artículo son examinadas las particularidades y tendencias actuales del desarrollo del turismo en América Latina en base de datos estadísticos, presentados en las publicaciones de la Organización Mundial del Turismo (World Tourism Organization, UNWTO) y de otras entidades. La dinámica positiva del turismo se ve frenada por problemas existentes. La atención está centrada en las tendencias del desarrollo del turismo, condicionadas por los procesos que tienen lugar en el turismo internacional y que se modifican a través de lo específico de esta región turística. Los países de América Latina tienen una especialización variada de tipos de turismo, un nivel distinto de desarrollo de la infraestructura turística. El desarrollo del mercado latinoamericano de turismo está acompañado por los procesos de transnacionalización, de integración y de reforzamiento del apoyo estatal a la creación de una infraestructura turística moderna. Una atención especial es brindada a los últimos cambios en el paradigma del consumo y en el tipo específico de los turistas. Son expuestas las perspectivas del desarrollo del turismo latinoamericano bajo la influencia de los procesos de digitalización y del empleo de tecnologías móviles.*

Palabras clave: *turismo internacional, turismo regional, América Latina, industria del turismo, modelos de consumo turístico, digitalización del turismo*

TRENDS OF TOURISM IN LATIN AMERICA

Lyudmila P. Voronkova

*Dr. Sci. (Philosophy), prof., (voronkova@fgp.msu.ru)
Faculty of Global Studies*

LOMONOSOV Moscow State University
1, Leninskie gory, Moscow, 119991, Russian Federation

Received on January, 10, 2019

Lyudmila P. Voronkova

Abstract: *The article discusses the features and current trends in the development of tourism in Latin America on the basis of statistical data presented in the publications of the World Tourism Organization (UNWTO) and other organizations. The positive dynamics of tourism is constrained by existing problems. The attention is focused on trends in the development of tourism due to the processes occurring in international tourism, which are refracted through the specifics of this tourist region. Latin American countries have a variety of specialization in the types of tourism, different levels of security and development of tourist infrastructure. The development of the Latin American tourist market is accompanied by the processes of transnationalization, integration and strengthening of state support for the formation of a modern tourist infrastructure. Particular attention is paid to the latest changes in the consumption paradigm and in the profile of tourists. The prospects for the development of Latin American tourism under the influence of digitalization processes and the use of mobile technologies are shown.*

Keywords: *international tourism, regional tourism, Latin America, tourism industry, tourist consumption patterns, tourism digitalization*

ТРЕНДЫ ТУРИЗМА В ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКЕ

Людмила Петровна Воронкова

*Д-р философских наук, проф. (voronkova@fgp.msu.ru)
Зав. кафедрой глобальных коммуникаций факультета глобальных
процессов*

МГУ им. М.В. Ломоносова,
119991, г. Москва, Ленинские горы, д. 1

Статья получена 10 января 2019 г.

Аннотация. *В статье рассмотрены особенности и современные тенденции развития туризма в Латинской Америке на основе статистических данных, представленных в публикациях Всемирной туристской организации (World Tourism Organization, UNWTO) и других организаций. Позитивная динамика туризма сдерживается существующими проблемами. Внимание сосредоточено на трендах развития туризма, обусловленных процессами, происходящими в международном туризме, которые преломляются через специфику данного туристского региона. Страны Латинской Америки имеют*

разнообразную специализацию по видам туризма, разный уровень обеспеченности и развития туристской инфраструктуры. Развитию латиноамериканского туристского рынка сопутствуют процессы транснационализации, интеграции и усиление государственной поддержки формирования современной туристской инфраструктуры. Особое внимание уделено новейшим изменениям в парадигме потребления и в профиле туристов. Показаны перспективы развития латиноамериканского туризма под влиянием процессов цифровизации и использования мобильных технологий.

Ключевые слова: международный туризм, региональный туризм, Латинская Америка, индустрия туризма, модели туристского потребления, цифровизация туризма

El turismo internacional está exhibiendo en los últimos años una dinámica impresionante de desarrollo. En la investigación publicada por la Organización Mundial de Turismo (OMT), titulada “UNWTO. Tourism Highlights 2018 Edition” se destaca que el número total de turistas internacionales que llegan crece continuamente y supera la previsión de largo plazo de la OMT, presentada anteriormente para el período de 2010 a 2020 [1]. Se observa, además, que persisten las tendencias regionales en el período previsto. En este contexto, América Latina, que comprende todo el subcontinente meridional, México y los países del Caribe, presenta en general resultados positivos, lo que evidencian los datos estadísticos citados en el informe del Consejo mundial de viajes y turismo (World Travel & Tourism Council. WTTC) titulado “El viaje y el impacto económico del turismo en 2018. América Latina” (Travel & Tourism Economic Impact 2018. Latin America) [2]. La caída de los precios del petróleo en 2015 repercutió negativamente en las tasas de crecimiento de una serie de países de América Latina. Aunque, ya en 2016, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL, puso de relieve la tendencia al crecimiento económico paulatino de un 0,2%. La única región en que fue

registrada una disminución del flujo turístico fue la del Caribe, lo que se debe, posiblemente, a los furiosos huracanes que azotaron muchas islas a fines del verano de 2017. Las previsiones de la UNWTO muestran que, para 2027, América Latina acogerá en general unos 78 millones 200 mil turistas, lo que aportará US\$82 mil millones a las economías nacionales.

América Latina representa una región que cuenta con un potencial diverso para el desarrollo del turismo. “América Latina ha deslumbrado siempre a los viajeros. Los conquistadores, los misioneros, los nobles, comerciantes, contrabandistas, amantes de aventuras, cronistas y científicos quedaban siempre encantados con su naturaleza prodigiosa y las culturas de los aborígenes” [3, p. 1] Los paisajes cautivantes de la naturaleza, la diversidad biocultural se combinan con las tradiciones históricas originales de los pueblos que viven allí, con la gastronomía variada y con el patrimonio de las enigmáticas civilizaciones de los incas, los mayas y los aztecas. Todo esto, y mucho más, atraen a turistas de todo el mundo. La Asociación latinoamericana de turismo (The Latin American Travel Association, LATA), en su informe Tendencias de viajes, de 2017, puso de relieve la naturaleza, la cultura y el lujo como las razones más populares de las visitas a América Latina. Además, los viajeros se pronunciaron sobre esta región de turismo recurriendo a vocablos como: hermosa (un 79%), de una cultura excelente (78%), admirable (63%), impresionante (58%) [4]. Muchos países de América latina ofrecen un rico mosaico de destinos turísticos apropiados para los amantes de turs activos, llenos de aventuras, exóticos y para los aficionados al descanso en balnearios y playas de lujo.

El flujo mayor de turistas a América Latina viene desde América del Norte y de países de Europa Occidental, de

Alemania, España, Gran Bretaña, Francia y de otros. Hace bastante tiempo que turistas rusos han manifestado interés por los lugares de atracción de los países de América Latina, sin embargo el turismo desde Rusia es bastante modesto en comparación con el flujo general. En los últimos años, las agencias rusas de turismo han constatado el retorno del interés de los trotamundos rusos por los países de América Latina. Es más, la nómina de los destinos turísticos se ha venido ampliando paulatinamente. Entre los turistas rusos, de mayor popularidad gozan Brasil, Argentina, Chile, Perú y Cuba. La importancia de la investigación de esta región turística está vinculada al interés creciente de los turistas rusos, y es indudable que la transformación próxima de los estados latinoamericanos y caribeños en zona exenta de visados va a contribuir al desarrollo de este proceso. Esta tendencia imprime actualidad a la investigación del turismo en América Latina y relevancia científica y práctica a su estudio.

El interés en el estudio del tema del turismo de la región latinoamericana está vinculado, además, a dos circunstancias. Por una parte, la dinámica del turismo en América Latina es aún bastante inestable y, en gran medida, depende de las peripecias de la situación económica y monetaria internacional, así como de la situación geopolítica mundial e intrarregional. Por otra parte, las tendencias del desarrollo del turismo internacional, incluso también de la globalización, ejercen una influencia cada vez más creciente en el turismo de los países latinoamericanos, el que se modifica a la luz de las diferencias regionales de los países de la región. Esto plantea la tarea de revelar lo propio y las particularidades fundamentales del turismo en los países de América Latina. El objetivo del presente artículo es el de exponer los procesos que tienen lugar y desvelar las

orientaciones principales del desarrollo del turismo latinoamericano.

Los estudios de investigadores nacionales e internacionales publicados en los últimos años y dedicados a cuestiones del turismo latinoamericano sirvieron de base teórica y metodológica de la investigación. Base estadística y de estudio de los hechos de la investigación constituyeron los informes sobre trabajos de la Organización Mundial de Turismo, del Consejo Mundial de Viajes y Turismo, WTCC, de la Agencia Federal de Turismo de Rusia, de sitios web y de blogs especializados en difundir la información acerca del estado del turismo en los países de América Latina, así como otros materiales analíticos. A la hora de examinar los problemas planteados se emplearon análisis comparativos y otros métodos de investigación.

En Rusia ha sido editado un número considerable de guías de viaje turísticos sobre países de la región, también en forma electrónica. En los sitios web de distintas agencias de turismo y en blogs de viajeros es posible conocer la cultura, las costumbres de los países y sus lugares de interés. Un lugar más modesto ocupan, entre las publicaciones en ruso, las investigaciones científicas acerca del turismo latinoamericano. Estudios científicos de I.A. Búkova, de P.L. Karaváiev, de A.N. Piatakov, de A.B. Rajmánov, de R.P. Skórov y de otros investigadores nacionales están dedicados a asuntos de la correlación de la globalización y de la regionalización en esa región, al estado actual del mercado de los servicios turísticos en algunos países de América Latina. Problemas clave del turismo latinoamericano son abordados en publicaciones del Instituto de Latinoamérica de la Academia de Ciencias de Rusia, en revistas

tales como *América Latina e Iberoamérica*, así como en las revistas especializadas en el sector turístico.

La investigación del turismo suscita interés de parte de científicos internacionales y latinoamericanos. En 2007 vio la luz la investigación titulada “El turismo y la responsabilidad. Perspectivas de América Latina y del Caribe” (Tourism and Responsibility. Perspectives from Latin America and the Caribbean) [5]. En 2015, la selección de trabajos en la que se investigan asuntos del turismo regional titulada: “El turismo en América Latina: ejemplos del éxito”. Han generado interés en aspectos de los problemas examinados las publicaciones de autores tales como C. Anauate, J.G. Brida, W.A. Risso, Fayissa Bichaka, B. Tadasse, M.L. Rendón, S. Bidwell, T.D. Wilson, L. Perretto y otros. Con el objetivo de estimular proyectos teóricos de distintos aspectos del turismo latinoamericano están siendo elaborados programas internacionales, orientados a la búsqueda de la solución de los problemas existentes en el sector del turismo de la región. Uno de ellos, “La asistencia al desarrollo sostenido del turismo en América Latina y el Caribe” es implementado en Washington, condado de Columbia, desde septiembre de 2018 por Wilson Center y Vidanta Foundation [6]. En general, la temática del turismo latinoamericano no ha sido estudiada suficientemente, razón por la que en este artículo se centra la atención en cuestiones que requieren de una cobertura más amplia.

Junto con la envergadura impresionante del desarrollo del mercado turístico, entre los rasgos típicos del turismo internacional moderno es posible situar la distribución desigual de sus flujos, el nivel variado de desarrollo de la infraestructura de los países en este sector. Ello es plenamente válido para América Latina, la que revela un desarrollo desigual de la esfera

del turismo. En 2017, México mostró éxitos singulares al registrar un récord en la llegada de viajeros, cuando el país fue visitado por 42 mil turistas extranjeros más que en el año anterior [7]. México, según fuentes del Centro chino de informaciones de Internet “Zhongguo wang”, ocupó el sexto lugar, entre los 10 destinos turísticos populares, con un número total de 39 millones 300 mil visitantes [8]; la sigue Argentina, con 6 millones 700 mil, y después Brasil, con casi 6 millones 600 mil visitantes extranjeros [9]. A pesar de ello, a juicio de los especialistas, para una región tan rica en recursos turísticos, el desarrollo de este sector enfrenta dificultades. Las causas de tal situación con frecuencia se deben a una serie de circunstancias:

1) A la hora de elegir los lugares y el tiempo del viaje turístico es indispensable considerar las particularidades climáticas de América Latina, la que está situada en dos hemisferios y en cinco zonas climáticas. Si en el Gran Chaco en la cuenca del río Paraná las temperaturas pueden llegar a más de 47-48° C en enero, en las montañas de la Patagonia la temperatura puede bajar hasta los casi 40° bajo cero. Los turistas deben tomar en consideración, además, las temporadas de lluvias, que tienen una prolongación e intensidad diferentes en distintos rincones del subcontinente. En general, los fenómenos de la estacionalidad turística aquí son mucho más diversos que en otras regiones del mundo.

2) La lejanía de esta región turística de los más importantes países proveedores de turistas hace los vuelos tanto dificultosos en el plano físico como dispendiosos en el financiero.

3) La inestabilidad política y la situación de criminalidad en una serie de países no contribuyen al afianzamiento en plena medida de la seguridad de la estancia de los turistas extranjeros. Para resolver estos problemas son indispensables medidas serias

para superar los conflictos internos y afianzar la lucha contra el narcotráfico. La situación está mejorando paulatinamente. Así, en septiembre de 2018, en la web “A World to Travel” fueron destacados los 10 países y destinos de América Latina más seguros para los viajeros, entre los que sobresalían Amazonas, Perú, las Islas Galápagos, Ecuador, Costa Rica, Panamá, Chile, Belice y Paraguay [10].

4) La complicada situación geopolítica, las turbulencias políticas, el agravamiento de los conflictos internos de carácter étnico y político disminuyen la actividad turística. Un papel disuasorio desempeña también la inestabilidad de la tendencia a la integración latinoamericana, en la que no siempre ejercen influencia, de la mejor manera, los procesos intracontinentales y los influjos de los actores externos [11].

5) La situación inestable en los mercados financieros, el desarrollo económico desigual de los países de la región y, vinculado a ello, el desarrollo insuficiente de los distintos segmentos de la infraestructura turística: el transporte, la economía hotelera y los servicios. Un factor que dificulta el turismo externo e intrarregional son los tipos de cambio inestables de las monedas nacionales. Por ejemplo, en 2018, la moneda de Argentina, el peso, se devaluó un 53,4%. El real brasileño, en ese mismo año – un 20,6% [12], lo que ejerce una influencia negativa en el flujo turístico y en su carácter.

6) Una de las razones del débil desarrollo del turismo en la región es el insuficiente respaldo estatal al sector y los escasos volúmenes de inversiones en su infraestructura en algunos países. Muchos países del subcontinente disponen de recursos naturales recreativos e histórico-culturales considerables, pero no todos pueden aprovecharlos.

Las tendencias principales del desarrollo del turismo

internacional están vinculadas a los procesos que transcurren en el mundo, que se modifican a través de las particularidades de cada región turística concreta. Según investigadores rusos, para el cumplimiento de la tarea urgente del aumento de la competitividad en el período hasta el 2020, para los países de la región es indispensable erradicar los rasgos periféricos de su inclusión en las relaciones económicas internacionales [13]. Los países de América Latina tienen una variada especialización en los tipos de turismo, un nivel distinto de dotación, abastecimiento y de desarrollo del sector del turismo. El turismo contribuye al ingreso de divisa extranjera en el país y a la solución del problema de empleo de la población. Considerando que el turismo tiene un efecto multiplicador en los recursos naturales recreativos, la población nacional, la mayoría de las esferas de la vida socioeconómica, los gobiernos de los países latinoamericanos empeñan esfuerzos para estimular el sector turístico y mejorar su infraestructura, lo que da sus frutos. En 2017, el sector mexicano del turismo obtuvo ingresos de más de US\$21.300 millones. El gobierno de México planea, para el 2020, acoger a más de 55 millones de turistas. La República Dominicana fue la segunda en volumen de mercado turístico, con una recaudación de casi US\$7.200 millones [14]. La competitividad de los países de esa región depende, en gran medida, de la captación de inversiones en el sector del turismo. Con el fin de estimular el desarrollo de este sector, según los cálculos de especialistas del portal STATISTA, las inversiones de capitales en el sector de viajes y turismo en América Latina deben llegar, en 2020, a los US\$70.500 millones [15].

Las inversiones considerables de los gobiernos, el desarrollo de la infraestructura del transporte y de las comunicaciones atraen la atención de inversores extranjeros en la región. Los

mercados de los países latinoamericanos son considerados promisorios en la industria de la hospitalidad mundial. Por ejemplo, redes hoteleras de renombre de EE.UU., como Sonesta, Hilton y Marriot han entrado en relaciones de asociación con compañías nacionales, a fin de abrir hoteles confortables en ciudades de América Latina. Ya en 1949, la red Hilton inauguró en Puerto Rico el primer hotel fuera de EE.UU. Actualmente, la corporación Hilton Worldwide revela interés creciente por Perú, Chile, Brasil, Argentina y Colombia. América Latina se encuentra en la zona de intereses de la red hotelera Marriot, la que ha abierto más de 245 hoteles y complejos turísticos, con un número de 53.000 habitaciones, y más de un centenar de hoteles se pondrá en funcionamiento [16].

Considerando que el medio principal de transporte de los turistas es el aéreo, los estados financian la mayor parte de los aeropuertos en la región. Se construyen nuevos aeropuertos. Por ejemplo, en 2017 fue inaugurado en Brasil el Aeropuerto Regional Comandante Ariston Pessoa. Este aeropuerto dispone de un terminal aduanero y puede recibir vuelos internacionales de todo el mundo. Para el mejoramiento del servicio de transporte de los turistas, las compañías aéreas internacionales están abriendo nuevas rutas a la región. En 2019 cumple su primer centenario Avianca, la mayor compañía aérea en Colombia, y la segunda más grande en América Latina, después de LATAM, de Chile. Los consorcios de aviación LATAM, Gol y Avianca-TACA, y sus compañías filiales están ampliando sus representaciones en los países de América Latina.

La integración latinoamericana en la esfera del turismo se implementa a través de asociaciones nacionales y regionales, así como de uniones de operadores de turismo y de otras organizaciones, tales como, por ejemplo, la Asociación

Argentina de Agencias de Viajes y Turismo, la Asociación Peruana de Operadores de Turismo Receptivo e Interno, la Cámara Nacional de Turismo de Perú, Federación de Empresas de Turismo de Chile y otras. En 2018, seis grandes empresas de turismo de Brasil crearon el Consejo Brasileño del Turismo Responsable (*MUDA*), con el objeto de intensificar la promoción internacional del país como destino turístico, estimular la influencia de la política estatal en el sector y añadir innovaciones y nuevos valores en las rutas y lugares emblemáticos nacionales [17].

En las condiciones de formación de mercados globales y regionales de servicios turísticos transcurren cambios ponderables en este sector. La compañía Booking.com destacó ocho tendencias en el turismo internacional, vinculadas al desarrollo de la infraestructura de este sector y a la demanda del consumo. Ellos son: los viajes con provecho, el empleo de tecnologías de Internet, el desarrollo de nuevos tipos de turismo, incluido el espacial, la satisfacción máxima de las necesidades personales de los turistas, la elevación de la responsabilidad social y ecológica en los turistas, la modificación del modelo de consumo, tales como la orientación a las impresiones de viaje y la reducción del plazo de los viajes turísticos [18]. No todas estas tendencias corresponden en plenitud al turismo latinoamericano.

Todo país tiene sus particularidades que influyen de manera palpable en el incremento de la demanda y en la motivación de los viajes de los turistas. Las compañías latinoamericanas, empleadas en distintos tipos de turismo deben estar preparadas para ofrecer servicios que respondan a las expectativas actuales de los trotamundos [19]. En el mercado de los servicios turísticos de todo el mundo se registra un cambio del paradigma

de consumo, vinculado a los nuevos modelos de conducta socioeconómica de los turistas, en las condiciones de la transformación de la economía mundial. La abundancia de ofertas en la esfera del turismo genera un nuevo tipo del consumidor con una actitud crítica hacia el servicio turístico estandarizado. Los turistas desean actualmente obtener impresiones nuevas e inolvidables y una experiencia interesante de los viajes.

La economía de impresiones en desarrollo exige del productor de servicios turísticos una “sintonía sutil con el individuo”, transformándose el proceso de creación del producto turístico en un proceso de diseño de impresiones. Como indican los autores del libro “The Experience Economy: Work Is Theater and Every Business a Stage” (“La experiencia económica: el trabajo es el teatro y cada negocio, un escenario”), “usted transforma al cliente personalizando la impresión” [20, p. 216]. Según los resultados de la investigación realizada por la compañía Booking.com, cerca del 60% de los encuestados subrayaba que las impresiones resultaron para ellos mucho más importantes que los bienes materiales. Dicha tendencia se manifiesta también entre los turistas que visitan los países latinoamericanos. Dado que los clientes tienen la posibilidad de basarse en las preferencias propias, a la hora de elegir el destino y el carácter de los viajes ellos se tornan cada vez más exigentes, peritos y se orientan a lo exclusivo y excepcional. En este contexto tiene lugar la disminución de la demanda de los viajes de grupos y se dinamizan los viajes turísticos individuales, que combinan diversos tipos de viajes con visitas a distintos países.

Los cambios en la estructura y el carácter de la demanda turística ejercen influencia en la segmentación del mercado

turístico. Para elevar la capacidad competitiva se intensifican los procesos de diversificación de las ofertas turísticas para distintos grupos de clientes. Los especialistas de la industria turística destacan que está en marcha la formación de un contingente de clientes más conscientes, que prestan atención cada vez mayor al carácter y resultados de los viajes turísticos. ¿Cuán ecológica es la ruta escogida por ellos, ha sido ella, en este sentido, correctamente trazada, qué influencia ejercen los viajes en la población local? Este dista de ser un listado completo de las interrogantes que se plantean los turistas modernos.

Los modelos de negocio turísticos que se crean a nivel regional deben considerar tal acentuación del papel de los motivos ecológicos en los viajes y la necesidad de disminuir los efectos negativos sobre los monumentos históricos y culturales. Los expertos destacan que los turistas hacen suyos también los proyectos socioculturales y de protección de la naturaleza. Según fuentes de Euromonitor International, tradicionalmente, el segmento del lujo en los países de la región fue siempre más considerable que otros segmentos hoteleros. Así, la ganancia bruta en los hoteles brasileños de cinco estrellas creció, en 2017, un 80% en comparación con 2012. Una alternativa a tal tendencia pueden ser los ecohoteles de categoría de lujo, orientados a la captación de turistas en dicho segmento [21]. Muchos de ellos están dispuestos a renunciar a las condiciones lujosas de alojamiento a favor del acento ecológico. Así, según un estudio de la compañía Booking.com, el 68% de los viajeros elegiría, con mayor probabilidad, una vivienda ecológica. Además, se destaca que el 94% de los consultados prefiere una vivienda en la que se empleen lámparas de bajo consumo de energía, el 89%, en la que la calefacción y el aire acondicionado trabajan solo en presencia de la persona, y un 80%, en la que en

las duchas se emplean cabezales de consumo limitado del agua [22].

Una tendencia notable del turismo internacional contemporáneo consiste en la reducción del tiempo de viajes. Según informaciones de la compañía Booking.com, muchos turistas en todo el mundo planean, en 2019, realizar viajes de más corto plazo, lo que supone su preferencia por el principio de, “si es menos, mejor”. Tales mini-vacaciones devienen una tendencia del turismo internacional. Mientras que el turismo latinoamericano revela una tendencia a viajes más prolongados. Los brasileños y argentinos realizan viajes más largos en el mundo, que consisten en un promedio de 11,1 y 12 días por viaje respectivamente [23]. Por una parte, ello se debe a la lejanía de la región, a la duración de los vuelos y a las oscilaciones climáticas considerables que requieren una adaptación seria, algo sumamente difícil en un período corto de tiempo. Por otra parte, los turistas latinoamericanos que viajan fuera del continente, al igual que los que llegan de otros continentes, prefieren giras más prolongadas que comprendan distintos programas temáticos y la visita a más de un país.

Una de las tendencias del turismo internacional es el cambio del perfil de los viajeros. Según fuentes de Euromonitor International, el perfil de los viajeros en América Latina se está transformando también rápidamente. Se observa un crecimiento continuo de turistas de más de 50 años, los que forman un nuevo grupo ad hoc. De acuerdo con el informe de LATA, en 2017, los turistas de más de 65 años sumaban el 25%, mientras que la categoría etaria de entre 55 a 64 años fue del 18% del número total de turistas que visitaron América Latina en los últimos dos años. En general, la tasa de personas mayores de 55 años llega al 43% del total de los encuestados [4]. Se espera que para el 2020

llegue a 26 millones de personas el número de turistas de este grupo etario. Los representantes del sector turístico, considerando el aumento de la cuota de la tercera edad dentro del total de turistas, se empeñan en formar el segmento correspondiente de la infraestructura turística. Se crean agencias de turismo especializadas, los hoteles ofrecen condiciones especiales para este grupo concreto de turistas. En países como Brasil, Chile y Argentina se implementan programas correspondientes, tales como MELHOR VIAGEM SP en el Estado de São Paulo de Brasil, diseñados para los viajeros de tercera edad.

El sector mundial del turismo experimenta la poderosa influencia de las tecnologías de información y de la red global de Internet. La transición de los países a la sociedad informática está acompañada por la formación de un nuevo espacio informativo-comunicacional. Los países líderes latinoamericanos no se han marginado de las tendencias mundiales de la digitalización del turismo, pues vean en ello grandes perspectivas. Según el informe titulado, “Futuro Digital 2017: América Latina”, preparado por la corporación Comscore, especializada en el estudio del mercado digital, en 2017 el número de internautas en los países de América Latina fue de más de 196 millones. En Brasil sumaron 66 millones 800 mil usuarios, en México 33 millones, en Argentina 22 millones 300 mil, en Perú 8 millones 100 mil, en Chile 7 millones 900 mil, y en Uruguay 1 millón 700 mil [24]. Las diferencias regionales en América Latina se deben a la distribución no balanceada de las tecnologías informáticas comunicativas y a que muchos mercados nacionales asimilan el comercio electrónico de manera diferente. Según destacan investigadores rusos, el desarrollo de los países latinoamericanos se ha manifestado “en una

reestructuración intensiva de la infraestructura de las telecomunicaciones, de las innovaciones productivas y orgánicas de gestión. El avance por la senda de la modernización se ha implementado en distintos formatos: desde los intentos de apoyarse, en una u otra medida, en las fuerzas propias y en el mercado interno (Brasil), o en el arraigo en algunos espacios del mercado de servicios modernos (Chile), hasta la satisfacción directa por la economía nacional de las necesidades de la división global del trabajo (México), o en una u otra corporación transnacional gigante, “Intel”, como es el caso de Costa Rica” [13]. Diferentes son también los lineamientos de desarrollo de las tecnologías informáticas en los países de la región, que combina la comprensión cada vez mayor de que la informatización resulta ser un factor positivo del desarrollo de la economía.

El número creciente de usuarios de Internet, actualmente, más o menos un 10% de la cantidad de cibernautas en todo el mundo, está limitado por el desarrollo insuficiente de la infraestructura de Internet latinoamericana [25], y por la restricción del acceso a las plataformas turísticas digitales, tales como, por ejemplo, los sistemas de reserva *online* de hoteles Airbnb y Booking.com. En el mercado turístico de América Latina crece de manera continua el número de usuarios de Airbnb. Sus oficinas existen en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Costa Rica, República Dominicana, Panamá y Puerto Rico. La restricción del acceso de clientes y de proveedores de servicios de turismo se debe al desarrollo insuficiente del sistema de pago digital. Según fuentes del portal STATISTA, creado ya en abril de 2016, sobre la base de la dinámica existente del crecimiento, las ventas digitales de viajes en América Latina podrían alcanzar, en 2019, los US\$55.260

millones, en comparación con los US\$24.920 millones en 2014 [26].

Según las fuentes del portal financiero y de negocios PYMEX, en el proceso de desarrollo de Internet latinoamericano existen también determinadas dificultades, vinculadas a la insuficiente intensidad de su fomento y a la gran fragmentación por países. Así, de las 21,7 horas que los cibernautas dedican mensualmente al Internet, Brasil concentra el 45%” [27]. Una garantía del desarrollo exitoso de Internet latinoamericano es el hecho de que en esa región viven los internautas más jóvenes. Estos perciben fácilmente las innovaciones en la esfera del turismo y ante todo, la digitalización del turismo. Justamente ellos se incorporan activamente a los procesos del uso de los servicios informáticos. Si el índice mundial medio es de un 53%, en los países latinoamericanos, el auditorio de Internet está formado a un 60% por cibernautas menores de 35 años.

El desarrollo ulterior de la informatización en la esfera del turismo debe asegurar la formación de un espacio informático turístico único. Un ejemplo positivo lo ofrece Costa Rica, donde para disminuir la brecha digital se está implementando el proyecto denominado Espacios Públicos Conectados, con el objetivo de facilitar Internet gratis en 170 lugares públicos, incluidos parques, plazas, bibliotecas, estaciones ferroviarias y centros sociales [28]. Sobre la base del análisis de las tendencias de la digitalización, especialistas ad hoc destacan que, en 2019, el turismo electrónico representa no solo “otra” vía, sino la única forma de desarrollo para el sector turístico.

“Ser Móvil” es la orientación que debe ser preferencial para el desarrollo del negocio turístico. Ser móvil significa aprovechar más activamente las aplicaciones móviles, pues ellas otorgan preferencias tanto para el consumidor como para los

suministradores de servicios turísticos. Para los clientes se abren posibilidades de acceso directo e ininterrumpido a los recursos de las reservaciones, a los proveedores de servicios para los nuevos clientes [7]. La comunicación móvil se hizo un medio cada vez más accesible de contacto, aunque existen también diferencias patentes en las zonas de cobertura de las redes, y en la infraestructura de comunicación por países de la región.

La digitalización del turismo en los países de América Latina se expresa, en 2019, en el aumento de la atención al empleo de la realidad virtual y complementaria. Una aplicación mayor de la realidad virtual se registra en el segmento de la publicidad de los productos turísticos. Por medio de portales y de web- sitios turísticos que emplean tecnologías publicitarias interactivas, se implementa la promoción de los destinos turísticos en América Latina y se crea una imagen atractiva para los turistas.

La investigación realizada da pie para afirmar que la tendencia positiva del aumento de turistas hacia los países de América Latina podría tener su desarrollo a condición de que se implemente la estrategia del aseguramiento de la estabilidad con respecto al turismo receptivo e intrarregional. Investigadores y especialistas del sector ponen de relieve, sobre la base de las previsiones presentadas, las direcciones preferenciales del desarrollo del turismo. La comprensión del papel estratégico del turismo en el desarrollo de las economías nacionales contribuye a la intensificación del fomento estatal al sector turístico, al incremento de las inversiones y a la atracción de grandes agencias de turismo para el desarrollo de esta industria. Según los especialistas, “las estrategias del turismo hoy en día tienen mayormente la perspectiva nacional o local [29].

Relevancia no menos importante tiene, además, la consideración de las particularidades de la conducta

socioeconómica de los turistas. La tarea de los especialistas del sector turístico consiste en entender las singularidades del turista moderno y reaccionar operativamente a las necesidades y preferencias cambiantes. Una tendencia del turismo latinoamericano es el robustecimiento del papel de los motivos ecológicos en los viajes y la orientación a un turismo socialmente responsable. Para mejorar la competitividad en el mercado turístico global se requiere asimilar nuevos destinos y crear productos turísticos combinados, incluso en el territorio de varios países.

El desarrollo ulterior de la integración en el sector turístico y la introducción de tecnologías informáticas constituyen lineamientos de suma importancia para modernizar la industria turística y lograr el desarrollo sostenido de la misma en América Latina. El año 2019 puede llegar a ser, en este sentido, crucial para el turismo regional, cuando quede claro cuáles de las tendencias mencionadas adquieren un desarrollo preferencial.

Bibliografía References Библиография

1. UNWTO. Tourism Highlights 2018 Edition. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> (accessed 12.09.2018).
2. Travel & Tourism Economic Impact 2018. Latin America. Available at: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2018/world2018.pdf> (accessed 06.08.2018).
3. Tourism in Latin America: Cases of Success by Alexandre Panosso Netto and Luiz Gonzaga Godoi Trigo (ed.). Springer International Publishing Switzerland, 2015, 246 p.
4. Tore O. Latin America Travel Trends: Culture, history and heritage top reasons for travel. 15.06.2017. Available at: <https://ftnnews.com/tours/32513-latin-america-travel-trends-culture-history-and-heritage-top-reasons-for-travel> (accessed 12.04.2018).
5. Mowforth M., Charlton C., Munt I. Tourism and Responsibility. Perspectives from Latin America and the Caribbean. Routledge, 2007, 246 p.

6. Fostering Sustainable Tourism Development in Latin America and the Caribbean: A Call for Applications. 11.04.2018. Available at: <https://www.wilsoncenter.org/article/fostering-sustainable-tourism-development-latin-america-and-the-caribbean-call-for> (accessed 06.10.2018).
7. Perretto L. The Rising Trends in Travel and Tourism in Latin America for 2019. Available at: <https://labs.ebanx.com/en/ecommerce/trends-travel-and-tourism-latin-america-2019/> (accessed 06.08.2018).
8. Десять самых популярных туристических направлений в мире [Desiat' samykh populyarnykh turisticheskikh napravleniy v mire [Ten most popular tourist destinations in the world (In Russ.)]. Available at: http://russian.china.org.cn/exclusive/txt/2018-9/25/content_64003003_5.htm (accessed 06.08.2018).
9. Latin American countries with the largest number of international tourist arrivals in 2017 (in millions). Available at: <https://www.statista.com/statistics/305482/latin-american-countries-with-the-most-international-tourist-arrivals/> (accessed 06.08.2018).
10. Robinson J. 10 Safest Countries In Latin America For Travelers. 24.09.2018. Available at: <https://www.aworldtotravel.com/safest-countries-in-latin-america/> (accessed 06.12.2018).
11. Политические конфликты в Латинской Америке: вызовы стабильности и новые возможности / Отв. ред. З. Ивановский. М.: ИЛА РАН, 2017, 452 с. [Politicheskie konflikty v Latinskoj Amerike: vyzovy stabil'nosti i novye vozmozhnosti / Otv. red. Z. Iwanowskiy. [Political conflicts in Latin America: challenges to stability and new opportunities. Z. Ivanovsky (ed), Moscow, ILA RAN, 2017, 452 p. (In Russ.)].
12. 10 мировых валют, которые больше всего обвалились к доллару с начала года. [10 mirovykh valiut, kotorye bol'she vsego obvalilis' k dollaru s nachala goda [10 world currencies, which most collapsed against the dollar since the beginning of the year (In Russ.)]. Available at: <https://www.vestifinance.ru/articles/107050?page=1> (accessed 06.08.2018).
13. Давыдов В., Бобровников А., Мартынов Б. Прогноз развития Латино-Карибской Америки до 2020 года. 10.04.2013. [Davydov V., Bobrovnikov A., Martynov B. Prognoz razvitiya Latino-Karibskoy Ameriki do 2020 goda [Forecast of the Development of Latin-Caribbean America until 2020. 04.10.2013 (In Russ.)]. Available at: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/prognoz-razvitiya-latino-karibskoy-ameriki-do-2020-goda/> (accessed 06.08.2018).
14. Revenue generated by international tourism in selected countries in Latin America and the Caribbean in 2017 (in billion U.S. dollars). Available at: <https://www.statista.com/statistics/736181/tourism-revenue-latin-america-caribbean/> (accessed 06.08.2018).

15. Capital investment in the travel and tourism sector in Latin America in 2017 and 2028 (in billion U.S. dollars). Available at: <https://www.statista.com/statistics/912438/latin-america-capital-investments-travel-tourism/> (accessed 06.08.2018).

16. Caribbean and Latin America (2018). Available at: <https://hotel-development.marriott.com/caribbean-and-latin-america/> (accessed 06.08.2018).

17. MUDA! Wants to position Brazil as a Responsible Tourism destination. Available at: <https://etn.travel/muda-wants-to-position-brazil-as-a-responsible-tourism-destination-54152/> (accessed 06.08.2018).

18. 8 трендов в туризме в 2019 году. 19.10.2018. [8 trendov v turizme v 2019 godu [8 trends in tourism in 2019. 19.10.2018 (In Russ.)] Available at: <http://prohotelia.com/2018/10/booking-com-travel-trends-2019/> (accessed 16.12.2018).

19. Latin America Shows Itself as a Key Market for the Tourism Industry. The Challenges and Trends of the Tourism Industry in Latin America (31 .10.2018). Available at: <https://thecostaricanews.com/latin-america-shows-itself-as-a-key-market-for-the-tourism-industry/> (accessed 12.12.2018).

20. Pine II B. Joseph, Gilmore James H. Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage. Harvard Business Review Press, 1999, 272 p.

21. Schmitt A., Cruz M. On the Rise: Hospitality in Latin America (19.07.2018). Available at: <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4087124.html> (accessed 06.10.2018).

22. Компания Booking.com назвала тенденции устойчивого туризма. 21.04.2017. [Kompaniya Booking.com nazvala tendentsii ustoychivogo turizma [The company Booking.com called the trend of sustainable tourism. 04,21,2017 (In Russ.)]. Available at: <http://tourinfo.ru/news/kompaniya-bookingcom-nazvala-tendencii-ustoychivogo-turizma> (accessed 06.08.2018).

23. Jennifer A. New Research: Why and How to Target Latin America Travelers (July 11, 2018). Available at: <https://blog.advertising.expedia.com/Learn-how-to-target-travelers-from-Latin-America-new-research> (accessed 06.08.2018).

24. Futuro Digital 2017: America Latina. Available at: <http://laboratoriobuzz.udp.cl/wp-content/uploads/2017/09/2017LATAMDigitalFutureinFocus.pdf> (accessed 06.08.2018).

25. Пятаков А. Интернет в Латинской Америке: реальность и перспективы цифрового будущего. 21.04.2015. [Pjatakov A. Internet v

Latinskoy Amerike: real'nost' i perspektivy tsyfrovogo buduschego [The Internet in Latin America: reality and prospects for a digital future. 04.21.2015. (In Russ.)]. Available at: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/internet-v-latinskoy-amerike-realnost-i-perspektivy-tsifrovo/> (accessed 06.08.2018).

26. Digital travel sales in Latin America from 2014 to 2019 (in billion U.S. dollars). Available at: <https://www.statista.com/statistics/499728/forecast-of-online-travel-sales-latin-america/> (accessed 18.11.2018).

27. Гонсало Л. Как цифровое потребление в Латинской Америке? 16.08.2018. [Gonsalo L. Kak tsyfrovoe potreblenie v Latinskoj Amerike? 16.08.2018. (In Russ.)]. Available at: <https://pymex.com/ru/marketing/marketing-online/como-es-el-consumo-digital-en-latinoamerica/> (accessed 20.11.2018).

28. Canelo A. A Project Will Provide Free Internet in Public Spaces of Costa Rica. 07.01.2019. Available at: <https://thecostaricanews.com/a-project-will-provide-free-internet-in-public-spaces-of-costa-rica/> (accessed 16.01.2019).

29. Transforming Tourism. The 2030 Agenda for Sustainable Development. Available at: https://www.tourism-watch.de/files/2030_agenda_internet_en_0.pdf (accessed 12.12.2018).