

# O TURISMO NA AMÉRICA LATINA: SITUAÇÃO ATUAL E TENDÊNCIAS

## *TOURISM IN LATIN AMERICA: CURRENT SITUATION AND FUTURE TRENDS*

Anaida MELÉNDEZ\*

### RESUMO

A América Latina apresenta um paradoxo: por um lado, há uma série de problemas sócio econômicos que a limitam e, por outro, conta com profissionais formados em diferentes níveis e também com recursos naturais e culturais variados e significativos para o turismo. É por isso que é possível demonstrar que a atividade turística pode ser considerada como alternativa válida para impulsionar o desenvolvimento. Indicam-se aspectos quantitativos e qualitativos da demanda do turismo internacional e sua incidência no continente americano. Propõe-se enfatizar a relação latino-americana, através de parcerias estratégicas com fins turísticos, para assumir, em conjunto, compromissos diante do movimento turístico interno e externo. Finalmente, há reflexões para perguntar-se o que pode ser feito para reforçar esse panorama e assumir posicionamento internacional.

**Palavras-chave:** turismo internacional; turismo latino-americano; tendências turísticas; parcerias estratégicas.

### ABSTRACT

There exists a paradox in Latin America: on one hand, it is limited by a series of socio-economic problems and on the other, it has trained professionals at different levels as well as various natural and cultural resources that are significant for tourism. For this reason, tourism can be seen as a viable alternative for promoting development. This report indicates quantitative and qualitative aspects of international tourism demand and its occurrence on the American Continent. It also proposes emphasizing the Latin-American relationship through strategic partnerships for tourism purposes, which will take on joint commitments concerning the internal and external tourism trade. Finally, there are some thoughts to consider about what can be done to strengthen this scenario and assume international status.

**Key words:** international tourism; Latin-American tourism; tourism trends; strategic partnerships.

---

### INTRODUÇÃO

A situação social e política da América Latina tem sido motivo de numerosos debates de caráter internacional diante de fatos inquietantes que atualmente ali ocorrem, tratando-se de visualizar um caminho para o desenvolvimento. A informação geral assinala que a pobreza é cada vez mais crítica, que há aumento de desemprego e marginalidade sócio econômica, que há deficiência dos serviços públicos e que existe desigualdade no crescimento econômico. Estes, lamentavelmente, são alguns dos problemas característicos.

O contato frente a frente com a pobreza e o desemprego deverão dirigir-se para a solução dos aspectos sociais e econômicos. Ante esta estratégia, é importante considerar o significado que tem o turismo, já que, no seu caráter de atividade sócio econômica que

### INTRODUCTION

The social and political situation in Latin America has prompted numerous debates at an international level, in light of the disturbing facts taking place there, in an attempt to find a way forward for development. The facts indicate that poverty is becoming ever more critical, that there has been an increase in unemployment and socio-economic marginalization, that there is a lack of public services and that inequalities exist in the economic growth. Unfortunately, these problems are all too typical.

Faced with this poverty and unemployment, solutions for the social and economic aspects are being sought. It is important to consider the significance of tourism within this strategy, since in its nature as a universally growing socio-economic

---

\* Mestra em Planejamento do Turismo. Professora Titular, Universidade de Zulia, Maracaibo, Venezuela.

\* *Master of Science in Tourism Planning. Professor, University of Zulia, Maracaibo, Venezuela.*

se desenvolve no sentido universal, tem grandes oportunidades para constituir-se numa alternativa que contribua para reestruturar o setor produtivo e também, do ponto de vista econômico, fortalecer as atividades geradoras de renda e de emprego nos países que têm favorecido o desenvolvimento turístico.

É um paradoxo. Enquanto por um lado se fala desses aspectos tão negativos, por outro são indicadas possibilidades de transformação diante de atividades econômicas diferentes das tradicionais, como é o turismo.

Na sua dimensão social, a atividade turística estabelece um valioso intercâmbio cultural. Para isso é necessário que possamos ter uma boa organização do território, melhorar a prestação de serviços públicos tornando-os mais eficientes, contar com planos de conservação do ambiente e dessa forma melhorar a qualidade de vida nas comunidades receptoras. Por tal motivo, uma atividade integral humana e econômica como o turismo, pode converter-se num instrumento idôneo para favorecer as oportunidades sociais.

A globalização, tema em voga no âmbito internacional, define critérios orientadores para provocar um desenvolvimento mais viável. Esta situação de estabilidade do ambiente natural e cultural tem sido apresentada em vários documentos tais como: a Cimeira da Terra, a Declaração do Rio, a Carta do Turismo Sustentável (Lanzarote), a Agenda 21, que indicam um claro avanço de propostas no campo teórico, deixando aos países da América Latina a responsabilidade de estabelecer estratégias específicas, baseadas em suas condições particulares, para que se apliquem no âmbito nacional e regional.

Diante deste panorama, refletir sobre o futuro do ambiente latino-americano e sua relação com o turismo, é responsabilidade de todos os que fazem parte dele. Os aportes dos profissionais do turismo deverão servir para orientar as autoridades locais, responsáveis por esse ambiente, em direção ao modelo de políticas e estratégias que possam contribuir com o desenvolvimento da atividade turística.

Um dos objetivos deste Workshop é acrescentar idéias de alternativas viáveis para a América Latina, levando em conta as tendências da atividade turística internacional como uma alternativa para o desenvolvimento sócio econômico.

## **A TENDÊNCIA INTERNACIONAL DO TURISMO**

### **Aspectos quantitativos**

No século XX, a atividade turística constitui um dos componentes fundamentais de consumo dos países desenvolvidos. O período de expansão, tanto da demanda como da oferta, acontece graças ao incentivo da tendência geral que existe para viajar, especialmente

activity, it has great potential to become an alternative that can help to restructure the productive sector and also, from an economic point of view, strengthen the income and employment generating activities in countries which have increased tourism development.

It is a paradox. Whereas such negative aspects are discussed, on the other hand, great potential for transformation is indicated through non-traditional economic activities like tourism.

At its social level, tourism establishes a valuable cultural exchange. This is why it is necessary to have well organized spaces, improve the provision of public services and make them more efficient, implement environmental conservation plans, thereby improving the quality of life in the host communities. An integral human and economic activity like tourism can, for this reason, become a tool that is capable of promoting social opportunities.

Globalization, a theme which is currently much in vogue in international circles, defines guidance criteria for encouraging more viable development. This stable state of the natural and cultural environment has been demonstrated in various documents such as: the Earth Summit, the Declaration of Rio, the Sustainable Tourism Report (Lanzarote) and the 21<sup>st</sup> Agenda, which indicate a clear advance of ideas in the theoretical field, leaving to the Latin American countries the responsibility for establishing specific strategies, based on their individual conditions, to be applied at national and regional levels.

In view of this scenario, contemplating the future of the Latin American environment and its relationship to tourism is the responsibility of all its members. The opinions of tourism professionals should serve to guide local authorities, who are responsible for this environment, toward a standard for policies and strategies that can contribute to the development of tourism.

One of the aims of this workshop is to add viable ideas and alternatives for Latin America, taking into account international tourist trends as an alternative for socio-economic development.

## **INTERNATIONAL TOURISM TRENDS**

### **Quantitative Aspects**

In the 20<sup>th</sup> Century, tourism constitutes one of the basic consumer industries of the developed world. The period of expansion, in terms of both demand and offer, came about due to a growth in the general tendency to travel, especially

das pessoas de países desenvolvidos, incorporando-se progressivamente as de países em vias de desenvolvimento. Internacionalmente, cada vez mais, a viagem é considerada como necessidade básica do indivíduo. Estima-se que este crescimento do fluxo de viagens continuará, apesar da crise econômica mundial e dos conflitos sociais e políticos, o que é bastante promissor para América Latina (OMT, 1996).

Estima-se que em 1996 o fluxo turístico internacional foi de 592 milhões de turistas, quer dizer, aproximadamente 10% da população mundial (OMT, 1996 e Almanaque Mundial 1997). Nesse ano, os ingressos por turismo alcançaram 423.000 bilhões de dólares. As cifras da organização Mundial de Turismo indicam que a taxa de crescimento médio anual dos ingressos provenientes do turismo internacional na década de 1983-93 foi de 13%, que vem a ser superior às taxas de crescimento de outro tipo de atividade econômica, em escala mundial (OMT).

A previsão feita pela OMT (1996) indica um crescimento mundial de 3,6% para 2001-2010, com aproximadamente 937 milhões de turistas, com o que se assinala uma visão positiva na evolução da atividade turística (Palomeque *et al.*, 1997). Apresentam-se dois fatores importantes para esse crescimento:

- o aumento de viagens múltiplas, relativamente curtas por turistas de países industriais, nos quais se prevê que o gasto é maior que nas viagens longas;
- a expansão geral de viagens de férias ao estrangeiro, de turistas de países em vias de desenvolvimento (OMT, 1996).

As observações anteriores no âmbito internacional permitem constatar as três realidades, com respeito ao turismo: (Palomeque *et al.*, 1997).

- segue sendo uma atividade sócio econômica de primeira ordem,
- tem uma dinâmica própria com tendência ao crescimento constante,
- a atividade está sofrendo uma fase de transformações globais.

## O Turismo na América Latina

Quanto ao panorama turístico nas Américas em geral, elas constituem a quarta parte do total do movimento no âmbito mundial (Gelas, 1993). De acordo com os números de 1996, houve um forte impulso incrementando-se 4,3% suas chegadas (115,6 milhões de turistas) e 6,1% as entradas (106,33 bilhões de dólares) (OMT, 1996). O Caribe, em 1996, teve 14,692 turistas, com um ligeiro aumento sobre o ano anterior, enquanto que a América Central teve uma diminuição em relação a outros anos, de 2,648 turistas.

among people in developed countries which gradually extended to developing countries. Internationally, travel is being increasingly seen as a basic individual need. This growth in travel flow is predicted to continue, in spite of the worldwide economic crisis and social and political conflicts. This trend is very promising for Latin America (OMT, 1996).

It is estimated that in 1996, tourism flow was of 592 million tourists, that is, approximately 10% of the World's population (OMT, 1996; World Almanac, 1997). In that year, income from tourism reached 423,000 billion dollars. The World Tourism Organization figures show that the average annual increase in income from international tourism in the decade 1983-93 was 13%, which is higher than the growth rates for other types of economic activity worldwide (OMT).

The forecast carried out by the OMT (1996) indicates a worldwide growth of 3.6% for 2001-2010, with some 937 million tourists, which indicates a positive outlook for the development of tourism. (Palomeque *et al.*, 1997). Two important factors for this growth are:

- The increase in multiple, relatively short trips by travelers of industrialized countries, in which higher spending are more predicted than for longer journeys;
- The general increase in holidays abroad by travelers of developing countries (OMT, 1996).

These observations of the international scene enable us to note the three following facts about tourism: (Palomeque *et al.*, 1997)

- It will continue to be a leading socio-economic activity,
- It has its own dynamic, with a constant growth trend,
- The activity is undergoing a period of global transformation.

## Tourism in Latin America

As far as the tourism scene in the Americas in general is concerned, they make up a quarter of all movement worldwide (Gelas, 1993). According to the 1996 figures, there was a strong growth spurt, with arrivals increasing by 4.3% (115.6 million tourists) and income by 6.1% (106.33 million dollars) (OMT, 1996). In 1996, the Caribbean had 14,692 tourists, showing a slight increase in relation to the previous year, while Central America saw a drop compared to other years, of 2,648 tourists.

Em relação à participação da América do Sul no mercado turístico, em 1996 registrou-se um aumento de 4,9% (14,4 milhões) com entrada de 11,378 bilhões de dólares. Nesse ano, a Argentina encabeçou a demanda turística com 29% seguindo o Brasil e Colômbia, representando os países receptores com maior movimento. A maioria dos turistas provém de países latino-americanos, aparentemente com menor poder aquisitivo que os outros países e, portanto, com gastos turísticos menores (OMT 1996). Em geral, o Cone Sul, formado pela Argentina, Chile, Uruguai e Paraguai, ocupa 40% do volume de turistas internacionais que chegam à América do Sul; o Brasil tem 20% e os países do Pacto Andino, que são Bolívia, Peru, Equador, Colômbia e Venezuela, os 40% restantes (Getino, 1993).

No caso da Venezuela, sua situação de costa no Caribe a favorece para incorporar-se ao desenvolvimento turístico internacional. O fluxo turístico está em 621 mil chegadas para o ano 1996 e um milhão em 1998. Os ingressos por turismo foram este ano de 1,008 bilhões de dólares, com um crescimento de 17% em relação ao ano de 1996. O investimento privado na hotelaria e privatizações alcançou 195 milhões de dólares em 1998 (Revista Dinero, 1999).

Na última década, a política venezuelana referente ao turismo voltou-se para promoção do investimento estrangeiro e a elaboração de diversos planos para o turismo regional, em busca de novas modalidades de turismo e de produtos para atrair viajantes provenientes dos países desenvolvidos. Também realizaram-se várias reuniões entre representantes da Venezuela, Brasil e Colômbia para incentivar o turismo fronteiriço.

### **Aspectos qualitativos: As características da tendência da demanda**

Os hábitos, as motivações e as formas de viajar dos turistas sofreram transformações no tempo e têm repercussão positiva nas viagens à América Latina.

Algumas das mudanças significativas que influenciaram no comportamento da viagem são de natureza qualitativa e foram mencionados por Palomeque *et al.* (1997) e Pedreño Muñoz (1996). Eles estudaram o crescimento constante da atividade e as modificações no comportamento da demanda turística, que se expressam nas seguintes tendências:

#### **Sócio econômica**

Está relacionada com o envelhecimento da população dos países industrializados, entre os quais está a União Européia, que contam com pensões por aposentadoria e facilidades de turismo social que

With regard to South America's participation in the tourism market, it registered a rise of 4.9% (14.4 million) in 1996, with income of 11,378 billion dollars. In that year, Argentina headed tourist demand with 29% followed by Brazil and Colombia, these three representing the host countries with most movement. The majority of tourists came from Latin American countries where it is assumed there is less buying power than in the other countries and therefore, less tourism expenditure (OMT, 1996). In general, the South Cone Market, made up of Argentina, Chile, Uruguay, Paraguay and Brazil, comprises 40% of the volume of all international tourists who travel to South America. Brazil has 20% and the Andes Pact countries, Bolivia, Peru, Ecuador, Colombia and Venezuela, the remaining 40% (Getino, 1993).

In the case of Venezuela, its location on the Caribbean coast is favorable for its inclusion in international tourism development. The tourist flow was 621 thousand arrivals in 1996 and one million in 1998. Tourism income totaled 1,008 billion dollars that year, with a 17% growth compared to 1996. Direct private investment in the hotel industry and privatizations reached a peak of 195 million Dollars in 1998 (Revista Dinero, 1999).

In the last decade, the Venezuelan policy on tourism has been oriented towards the promotion of foreign investment and the elaboration of various plans for regional tourism, in the search for new kinds of tourism and products to attract travelers from developed countries. Various meetings have also been held between representatives of Venezuela, Brazil and Colombia, to promote cross-border tourism.

### **Qualitative Aspects: The Characteristics of demand trends**

The habits, motives and forms of tourism travel have undergone transformations over time and have had positive repercussions on travel to Latin America.

Some of the significant changes that have influenced travel behavior are qualitative and have been mentioned by Palomeque *et al.* (1997) and Petreño Muñoz (1996), who have studied the steady growth of the activity and the changes in the behavior of tourism demand. These can be summed up by the following trends:

#### **Socio-economic**

This is related to the aging of the population in industrialized countries, including the European Union, where retirement pensions and social tourism facilities favor both domestic and overseas

favorecem o movimento turístico doméstico e estrangeiro. Outra variável da demanda é a grande quantidade de mulheres independentes, participando sozinhas de viagens de férias e negócios. Também é significativo, no fluxo turístico, o aumento de casais sem filhos ou sem obrigações com filhos menores.

Este crescimento da população de mediana ou terceira idade origina um tipo de turista com uma maior estabilidade econômica e com expectativas mais claras com relação aos serviços turísticos que requer. É, portanto, mais exigente com a qualidade dos mesmos. Além do mais, é possível supor que contam com mais tempo livre disponível e uma melhor capacidade de gastos já que podem destinar parte de suas rendas para a viagem.

### **Cultural**

Está relacionada com as possibilidades de ter acesso à informática, cada vez mais ao alcance de todos. Isto supõe maior disponibilidade de informação dos lugares e repercute em maiores exigências por parte do turista com respeito à qualidade dos produtos e quanto à qualidade do entorno do destino visitado.

O turista se constitui num protagonista muito mais ativo que o tradicional e não se conforma somente com o pacote de sol e praia, mas se informa e ativa um maior número de serviços (Palomeque *et al.*, 1997). Há uma busca de férias diferentes, com experiências orientadas ao desenvolvimento pessoal e à satisfação de objetivos concretos no destino, com maiores possibilidades de diversão pessoal. O turista, em geral, está mais experiente e a tecnologia da informação lhe dá possibilidades de escolha de destinos, por si mesmo ou com o suporte das agências especializadas.

### **Econômicas**

Referem-se ao crescimento da renda da economia familiar, ao aumento de oportunidades para o comércio internacional, às oportunidades previstas pela globalização, à evolução dos tipos de câmbio e às possibilidades internacionais de financiamento e de modalidades de pagamento das viagens. Viagens de percurso intra-regional participam das taxas do crescimento sustentável da atividade e terão repercussões na economia local (OMT, 1996). Também se incluem nesta categoria as melhorias das modalidades de transporte e a acessibilidade aos destinos turísticos.

A gerência de serviços também sofreu mudanças que repercutem na economia. Esta nova gerência está apoiada na tecnologia de informação, mediante a qual se produz um amplo espectro de serviços que se oferecem simultaneamente a um

tourism flow. Another demand variable is made up of a large number of independent women taking holidays and business trips alone. Also significant in tourism flow is the rise in couples without children or without the commitment of supporting young children.

This growth in the middle aged and elderly population has led to a more economically stable type of tourist who has clearer expectations of the tourism services he requires and who is therefore, more demanding regarding the quality of those services. Furthermore, they are presumed to have more available free time and a greater spending capacity, since part of their income can be spent on travel.

### **Cultural**

This is related to opportunities to access information technology, which is increasingly available to all. It assumes greater availability of information about destinations, resulting in a tourist who is more demanding concerning the quality of products and of the environment of the destinations visited.

The tourist has become a much more active protagonist than traditionally, no longer merely resigning himself to the 'sun, sea and sand' type of package holiday. He has more information and uses a greater number of services (Palomeque *et al.*, 1997). There is a search for holidays that are different, with experiences geared towards personal development and the fulfillment of concrete objectives at the destination, with more opportunities for personal amusement. In general, the tourist is more experienced and information technology gives him more opportunity to choose destinations by himself, or with the help of specialist agencies.

### **Economic**

This refers to the growth in family economic income, increased opportunities for foreign trade, predicted opportunities of globalization, the evolution of types of foreign exchange and international opportunities for financing and ways of paying for holidays. Holidays with cross-regional routes will be included in the sustainable growth rates of the activity and will have repercussions on the local economy (OMT, 1996). This category also includes improvements in means of transport and greater accessibility to tourist destinations.

The management of services has also undergone changes that have been reflected in the economy. This new management is supported by information technology, through which it can simultaneously offer a wide spectrum of services

segmento do mercado. Deste modo os benefícios da integração de serviços são maiores do que seriam se fossem oferecidos isoladamente.

Exemplo: São oferecidas passagens aéreas e também seguro de viagem, alojamento e atividades de entretenimento, inclusive a abertura de uma conta num banco. Estes serviços que são de empresas diferentes das turísticas, são oferecidos em conjunto, como facilidades e atrativos ao viajante, para competir com outras empresas de serviços. Algumas das empresas que têm se destacado nesses mecanismos de integração, citadas em série, são American Express, American Airlines, Disney Co. (Poon, 1993; Borchard, 1995).

### **Políticas**

Este aspecto tem a ver com a criação de grandes áreas de influência política a partir de espaços de integração geo-econômicos. Países associados para diminuir os conflitos sociais e políticos, como o terrorismo, as guerras e a desordem social (Palomeque *et al.*, 1997). Exemplos: ALADI, Pacto Andino. Há acordos internacionais com políticas que estão orientadas a proporcionar incentivos para melhorar a qualidade dos serviços e dos produtos turísticos oferecidos, a prestação de serviços competitivos baseados numa adequada preparação de recursos humanos e a aplicação da informática aos sistemas de distribuição e contratação e novas estratégias gerenciais (Casillas, 1995).

### **O fluxo nos espaços turísticos em escala mundial**

Há três grandes espaços geográficos que são considerados de recepção turística no âmbito internacional. Estes espaços, que recebem a maior parte dos fluxos turísticos, se identificam com os espaços marítimos: 1) Europa – Mediterrâneo; 2) América do Norte – Antilhas – América Central; 3) Ásia Oriental e Pacífico (Cazes, 1992, citado em Vera Palomeque). Estes fluxos concentram como países de origem os desenvolvidos, os que contam com maior capacidade de consumo em termos monetários e melhores condições de tecnologia que os em vias de desenvolvimento.

Outros destinos menos tradicionais que podem ser considerados “emergentes”, com forte crescimento em termos relativos em comparação com os números mundiais são: Ásia Oriental e o Pacífico e particularmente o Caribe e América Latina (Vera Palomeque *et al.*, 1997).

As quantidades de turistas indicam uma concentração geográfica das chegadas de turistas. Dez países de destino recebem 53% dos viajantes. Da América Latina, somente o México aparece entre os 20 primeiros com maior número de chegadas. França, Estados Unidos, Espanha, Itália e China ocupam os cinco primeiros lugares (OMT, 1996).

to a segment of the market. Thus, the benefits of integrating services are greater than they would be if offered in isolation. For example, air tickets are offered together with insurance, accommodation and entertainment activities, including the opening of a bank account. These services from non-tourism related companies are offered jointly as facilities and attractions to the traveler, in order to compete with other service companies. Some of the companies that excel in these integration mechanisms are American Express, American Airlines and Disney Co. (Poon, 1993; Borchard, 1995).

### **Political**

This aspect has to do with the creation of large areas of political influence based on sites of geo-economic integration, i.e., countries joining together to reduce social and political conflicts like terrorism, war and social disorder (Vera Palomeque *et al.*, 1997). Examples include ALADI (Latin American Association for Integration) and the Andes Pact. There are international agreements whose policies are aimed at providing incentives to improve the quality of the tourism services and products on offer, the provision of competitive services based on a suitable preparation of human resources, the application of information technology to distribution and recruitment systems and new management strategies (Casillas, 1995).

### **Flow in tourism locations on a worldwide scale**

There are three large geographical areas which are considered tourist destinations on a worldwide scale. These areas, which receive the majority of tourist flow are identified as the following maritime regions: 1) Europe – Mediterranean 2) North America – the Antilles – Central America 3) East Asia and Pacific (Cazes, 1992, cited in Vera Palomeque). These flows consist of tourists from developed countries, who are considered to have greater consumer capacity in monetary terms and better technological conditions than those living in developing countries.

Other less traditional destinations that can be considered “emerging”, with rapid growth relative to worldwide figures are: the Caribbean and Latin America (Vera Palomeque *et al.*, 1997).

The numbers of tourists indicate a geographic concentration of tourism arrivals. Ten destination countries receive 53% of travelers. In Latin America, only Mexico appears among the top 20 in numbers of arrivals. France, the United States, Spain, Italy and China occupy the first five positions (OMT, 1996).

Complementando, há uma assimetria no mapa de fluxos turísticos tanto em relação à origem como nos destinos, concentrando-se em determinados espaços.

## **PROPOSTA PARA O TURISMO INTRA REGIONAL**

Os números da OMT indicam o aumento da atividade turística internacional nos próximos anos, no entanto o maior incremento percentual estará na Ásia e África (OMT, 1996; Palomeque, 1997). Assinala-se que na década dos 90, 80% das chegadas correspondem ao turismo interno. Tal como aconteceu tradicionalmente na Europa, na qual há um intenso movimento de turismo doméstico, a América Latina terá que enfatizar suas relações intra regionais, de importância quantitativa e qualitativa, para intensificar o turismo nacional (Getino, 1993). Possivelmente seria um trabalho mais efetivo para a gestão e o benefício do turismo, se fossem unidos esforços entre países vizinhos, já que a América Latina tem uma base cultural comum e em alguns momentos também ecossistemas compartilhados (Eugenio, 1997).

A identificação das possibilidades das relações de vizinhança entre diversas culturas similares pode ser um bom começo para a evolução sócio econômica e política latino americana, orientando nesse contexto a atividade turística. O objetivo das ações deveria favorecer os países envolvidos, de tal modo que houvesse uma relação harmônica do homem com seu ambiente natural e cultural. Acordos bilaterais, sub-regionais ou inter-regionais para oferecer pacotes conjuntos, construir infra-estrutura de apoio, realizar campanhas de marketing integrado, podem ser algumas das alternativas. As áreas de trabalho conjunto podem referir-se a: pesquisa, sistemas de controle e proteção dos recursos, planejamento (Meléndez, 1997; Getino, 1993; Eugenio, 1995).

As reuniões internacionais como a recente Cimeira do Rio em junho de 1999, entre os países da União Européia e América Latina, indicam condições favoráveis para as alianças estratégicas a fim de assumir compromissos políticos econômicos, sociais e culturais. Liberar os intercâmbios comerciais e a aproximação política, tal como se tratou nesse encontro, é decisivo para dar suporte ao turismo, já que apóia a associação estratégica birregional, baseada na herança cultural dos países envolvidos.

Alguns objetivos atingidos nessa reunião foram: no âmbito político, o compromisso de defender setores minoritários e marginalizados, defender o meio ambiente e opor-se ao crime organizado; no plano econômico, apresentaram-se negociações multilaterais, a proteção aos países menos desenvolvidos e o estímulo aos contatos

In addition, the map of tourist flow in relation to origin and destinations is also disproportionate, the flow being concentrated in specific areas.

## **A PROPOSAL FOR CROSS-REGIONAL TOURISM**

The WTO figures indicate a growth in international tourism over the next few years, with the highest percentage growth in Asia and Africa (OMT, 1996; Palomeque, 1997). It is noted that during the 1990's, 80% of arrivals were made up of internal tourism. As has traditionally occurred in Europe, where there is intense domestic tourism flow, Latin America will need to emphasize its cross-regional relations of both qualitative and quantitative importance, in order to increase national tourism (Getino, 1993). There could be more effective tourism management and greater benefits if joint efforts were made between neighboring countries, since Latin America has a common cultural base and at times, shared ecosystems as well.

The identification of possibilities for neighboring relationships between various similar cultures could be a good starting point for socio-economic and political development in Latin America providing, in this context, orientation for tourism. The objective of these activities would also favor the countries involved, generating a harmonious relationship between man and his natural and cultural environment. Some alternatives could include bi-lateral, sub-regional or inter-regional agreements to offer joint packages, building support infrastructures and carrying out integrated marketing campaigns. Joint activities could be in the areas of: research, resource control and protection systems, and planning (Meléndez, 1997; Getino, 1993; Eugenio, 1995).

International meetings between the countries of the European Union and Latin America, like the recent Rio Summit in June 1999, indicate favorable conditions for strategic alliances aimed at taking on political, economic, social and cultural commitments. The liberation of commercial foreign exchange businesses and political integration, as dealt with in this summit are vital for supporting tourism, since it supports the strategic bi-regional association, based on the cultural heritage of the countries involved.

Several objectives achieved at this meeting were: on a political level, a commitment to defend minority and marginalized sectors, defend the environment and oppose organized crime; on an economic level, multilateral negotiations, the protection of under-developed countries and the encouragement of bilateral contacts. These actions

bilaterais. Estas ações beneficiam a América Latina e especialmente o MERCOSUL, no qual a Europa é o principal investidor. A declaração do Rio, com 48 países participantes e na qual houve elogios à América, como uma “das regiões mais florescentes do novo século”, marca uma nova etapa nas relações entre Europa e América Latina, que também favorece o setor terciário, no qual está o turismo (Prensa de Venezuela, 1999).

## CONCLUSÕES

Os profissionais do turismo devem considerar os aspectos favoráveis ao movimento do turismo. Nos serviços que se ofereçam, sejam programas específicos, pacotes, circuitos ou outra modalidade, há que se considerar que os turistas atuais, ao ter maior experiência em viagens e o conhecimento da importância dos recursos, tendem a solicitar um turismo “especializado”. A relação entre a qualidade do serviço e o seu valor condiciona as decisões de viagem. O turista dá cada vez mais valor ao patrimônio, tanto aos recursos culturais como ao entorno, considerando-o de grande importância como marco geral de sua experiência de viagem.

A tendência internacional indica uma intensidade crescente das férias curtas correspondentes aos fins de semana e aos feriados longos, com um elevado nível de repetição dos destinos e com predominância do turismo interno ou doméstico e também os fluxos inter-continente. É preciso considerar que o turista atual tem uma atitude positiva diante do desafio de conhecer o desconhecido e isso favorece a América Latina, que conta com locais variados, praticamente não explorados.

As estratégias competitivas que têm sido apresentadas internacionalmente pelos países interessados no desenvolvimento da atividade turística dirigem-se para:

- 1) Considerar o ambiente como fundamental para a experiência do turista;
- 2) Fazer do turismo um setor líder dentro da economia;
- 3) Intensificar os canais de distribuição no mercado;
- 4) Incentivar a associação entre setores público e privado.

A aplicação destas estratégias nos destinos turísticos de nossos países nos aproxima do turismo de caráter sustentável, onde a viabilidade da atividade turística depende não só de seu incremento quantitativo, mas também das condições qualitativas desse destino.

Sintetizando, o turismo atual se fundamenta em enfatizar a experiência do turista, no uso de novas tecnologias e na integração de empresas, dando primazia à conservação, à proteção e ao desenvolvimento

will benefit Latin America, especially the South Cone Market, in which Europe is the principal investor. The Rio Declaration, which had 48 participating countries, and in which America was praised as “one of the new century's fastest growing regions”, marks a new phase of relations between Europe and Latin America. This is also favorable for the service sector, of which tourism forms part (Prensa de Venezuela, 1999).

## CONCLUSIONS

Tourism professionals should take account of the positive aspects of the tourism trade. The services they offer, whether they are specific programs, packages, routes or other types of service, should consider that tourists today, having greater travel experience and knowledge about the importance of resources, tend to seek a more “specialized” type of tourism. The relationship between the quality of the services and its value affects travel decisions. Tourists are attaching more and more value to heritage, as much to cultural resources as to the environment, and consider it of great importance as a general feature of their travel experience.

International trends indicate a growth of short weekend breaks and longer holidays, with a higher number of repeat destinations and a predominance of internal or domestic tourism, as well as inter-continental movement. It should be noted that today's tourist has a much more assertive attitude when faced with the challenge of discovering the unknown, and this is good for Latin America, which has many places that remain practically unexplored.

The strategies that have been presented internationally by countries interested in tourism development are geared towards:

- 1) Considering the environment as essential for the tourist experience;
- 2) Making tourism a top sector of the economy;
- 3) Intensifying distribution channels in the market;
- 4) Encouraging association between public and private sectors.

The application of these strategies to the tourist destinations of our countries brings us closer to a sustainable tourism, the viability of which depends not only on its quantitative growth, but also on the destination's qualitative conditions.

In summary, today's tourism is based on enhancing the tourist experience through the use of new technology and company integration, giving preference to the conservation, protection and sustainable development of the cultural and natural



sustentável do patrimônio cultural e natural. É necessário adotar estratégias de proteção dos recursos do patrimônio de tal maneira que se aproveite o turismo e seus benefícios, sem incrementar a danificação dos mesmos. Também é fundamental pensar nos benefícios que a comunidade receptora possa ter.

## REFLEXÕES

Embora os destinos internacionais tenham sido reforçados através dos anos com o fluxo do turismo, é preciso considerar que nos últimos cinco anos apareceram os destinos “emergentes”, antes mencionados, como Ásia, com fluxos de crescimento maior em termos relativos, que os outros tradicionais. Nesse sentido, ao se considerar seus pontos fracos, a América Latina diminuiu seu posicionamento no âmbito internacional, mas tem como ponto positivo o fato que, cada vez mais, é “descoberta” como um destino turístico de oferta variada e com muitas possibilidades para as diversas motivações dos viajantes.

É evidente que recursos naturais bonitos não são suficientes. Para poder atender essa demanda se requer planejamento, preparação e atualização constante dos melhores recursos humanos profissionais.

É necessário estar consciente que os países têm que dispor de capacidade para gastar com infra-estrutura, hotéis e serviços variados. Para isto se requer dispor das fontes de financiamento nacional e mundial para atrair o investimento das multinacionais, para a geração de serviços básicos e de infra-estrutura (Getino, 1993; Palomeque *et al.*, 1997). É preciso manter em boas condições, não só os recursos mas também os sistemas de transportes e comunicações, a hotelaria, os centros de recreação, baseados nas políticas claras de apoio à atividade turística na América Latina.

Será importante dar impulso às ações de modo planejado, não improvisado, para aproveitar as estratégias competitivas econômicas, sociais, culturais e políticas e favorecer os aspectos positivos da atividade turística para as comunidades receptoras latino-americanas.

Diante deste panorama, como região que conta com valiosos recursos, não se pode deixar de considerar as metas que a globalização nos apresenta, mas *além de olhar para fora* da América Latina para satisfazer as exigências externas da demanda, é conveniente perguntar-se o que se deseja com respeito ao futuro da atividade turística regional; enfatizar a comunicação entre representantes do setor público e privado para apresentar programas concretos com ações a curto prazo. Levar em conta as vantagens de integrar esforços com parcerias estratégicas entre países, em prol do bem-estar da nossa comunidade.

heritage. It is essential to define strategies for the protection of heritage resources in such a way as to make full use of tourism and its benefits, without increasing the deterioration of those resources. It is also fundamental to consider the benefits to the host community.

## CONSIDERATIONS

Although international destinations have been strengthened over the years by tourism flow, it is necessary to take into account that in the last five years, “emerging” destinations have appeared, like Asia mentioned earlier, which have experienced higher growth in relative terms than the traditional destinations. Thus, on a negative note, Latin America's position at an international level has fallen but on a positive note, it is being “discovered” more and more as a tourist destination with a varied offer and great potential for travelers of varied motives.

Scenic natural resources are clearly not enough. To cater for the demand, constant planning, preparation and up dating of the best professional human resources are required.

We need to be aware that the countries must have the available spending capacity for infrastructure, hotels and a variety of services. National and worldwide sources of finance should be made available for this, in order to attract investment from multinational companies and thereby generate basic services and infra-structure (Getino, 1993; Palomeque *et al.*, 1997). High standards must be maintained, not only of resources, but also of transport and communication systems, hotels and recreation facilities, all backed by clear policies that support tourism in Latin America.

It is important to stimulate activities in a planned, rather than an impromptu way, to take full advantage of social, cultural and political competitive strategies and to favor the positive aspects of tourism for the Latin American host communities.

In view of this scenario, as a region which possesses valuable resources, we cannot ignore the aims presented by globalization. However, besides looking outside Latin America to satisfy external demands, we should also ask what is required with regard to tourism at a regional level, emphasize communication between representatives of the public and private sectors and carry out concrete programs. The advantages of joint efforts with strategic partnerships between countries, which will benefit the well being of our community, should also be taken into account.

Essas estratégias podem ser diferentes, dada a heterogeneidade das características dos países e a demanda que cada um tenha. Mas, definitivamente, o propósito de juntar esforços vai em benefício de todos.

These strategies may vary given the heterogeneity of the countries' individual characteristics and the demands of each one, but in the end, the proposal to join forces will benefit everyone involved.

---

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- GETINO O. **Turismo y desarrollo en América Latina**. México: Limusa, 1993. p. 67, 87, 89.
- MÉNDEZ D. (editor). **Almanaque Mundial**. E.E.U.U.: América, 1997. p. 552, 571, 575.
- MUNÓZ, Pedroño. *et al.* **Introducción económica al turismo en España**. Madrid: Civitas, 1996. p. 218, 225, 228.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (OMT) **Datos esenciales**. Madrid, 1996. p. 1-5.
- PALOMEQUE, Vera. *et al.*, **Análisis territorial del turismo**. 1 ed. Barcelona: Ariel Geográfica, 1997 p. 19, 45, 49.
- Prensa de Venezuela, Informaciones acerca de la Cumbre de Río. Seção Internacional de Jornais: El Mundo, Caracas; El Universal, Caracas; El Globo, Caracas, de 30 de junho de 1999, p. 1, 2.
- EUGENIO, Yunis. **Prospects for Tourism in South America**. Travel & Tourism Intelligence, Londres, 1996. p. 4, 5, 8.