

TURISMO EN CRISIS O LA CRISIS DEL TURISMO: EL IMPACTO DEL COVID-19 EN LOS GUÍAS DE TURISMO DE LATINOAMÉRICA. TOURISM IN CRISIS OR THE CRISIS OF TOURISM: THE IMPACT OF COVID-19 ON LATIN AMERICAN TOUR GUIDES

DAVID CHONTASI¹

Universidad Central del Ecuador y Universidad de Alicante

WALTER OMAR OCAÑA ZAMBRANO²

Universidad UTE.

ANGÉLICA MARÍA GONZÁLEZ SÁNCHEZ³

Universidad Técnica de Ambato

SILVIA PATRICIA MONTÚFAR GUEVARA⁴

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

LISETH LÓPEZ ALBUJA⁵

Instituto Superior Tecnológico para el Desarrollo ISPADE

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue analizar la situación de los guías de turismo frente a la presencia de la pandemia covid-19 en Latinoamérica, de manera particular en Colombia, Ecuador, México, Costa Rica y Perú. El estudio se llevó a cabo mediante el método exploratorio no experimental con enfoque mixto, mediante el empleo de tres instrumentos de investigación: el foro virtual, que permitió identificar la visión de los guías frente a la pandemia; la encuesta, validada por el estadístico Alpha de Cronbach, dirigida a guías de turismo pertenecientes a federaciones y asociaciones oficiales; y la entrevista aplicada a representantes claves de los países involucrados en el estudio. Los resultados son presentados en cuatro dimensiones: situación laboral; seguridad laboral; asociatividad y pronóstico de futuro, donde se destacan la crisis económica, emocional y psicológica que atravesaron los guías de turismo por causa de la pandemia.

Palabras Clave: Guías de turismo, covid-19, impacto del turismo, situación laboral, free lance, Ecuador, México, Costa Rica, Perú

Fecha de Recepción: 4 de enero de 2021 Fecha de Aceptación: 14 de junio de 2021

¹ E-mail: fdchontasi@uce.edu.ec Universidad de Alicante. E-mail: fdc2@alu.ua.es

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1669-8787>

² E-mail: walter.ocanaz@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0266-253X>

³ E-mail: am.gonzalez@uta.edu.ec ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5093-9134>

⁴ E-mail: pattymon119@hotmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0464-3068>

⁵ E-mail: llopez@ispade.edu.ec ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0521-5903>

ABSTRACT.

The objective of the research was to analyze the situation of tour guides in Latin America, particularly in Colombia, Ecuador, México, Costa Rica and Peru, in relation to the presence of the covid-19 pandemic. The study was carried out by means of the non-experimental exploratory method with a mixed approach, using three research instruments: the virtual forum, which made it possible to identify the vision of the guides regarding the pandemic; the survey, validated by Cronbach's Alpha statistic, directed at tourist guides belonging to federations and official associations; and the interview applied to key representatives of the countries involved in the study. The results are presented in four dimensions: work situation; job security; associativity and future prognosis, highlighting the economic, emotional and psychological crisis that tourist guides went through due to the pandemic.

Key words: Tourist guides, covid-19, impact of tourism, employment situation, free lance, Ecuador, Mexico, Costa Rica, Perú

1. INTRODUCCIÓN

La crisis sanitaria covid-19 sacudió al mundo entero, debido a la propagación de la pandemia, y con la finalidad de evitar más contagios, los gobiernos de la mayoría de los países a nivel mundial tomaron medidas que influyeron directamente en la industria del turismo. El amplio y profundo impacto de la presencia del covid-19 y las repercusiones en el sector de la economía ratificó que el turismo es un sector importante, pero a su vez, vulnerable y que necesita un fuerte apoyo a nivel nacional e internacional (World Tourism Organization, 2020).

Los investigadores están descubriendo los vacíos en el conocimiento respecto al turismo y el covid-19; sin embargo, se necesita más deliberación, integralidad y rigor al examinar la forma en cómo la pandemia del coronavirus alteró a los sectores de la cadena operativa del turismo (Zenker & Kock, 2020), siendo uno de ellos, los guías de turismo (Rivas, 2020).

Oehmichen y Talamantes (2020), consideran que el “trabajo de los guías de turismo reviste una enorme riqueza y complejidad” (Bazan et al., 2020, p. 22). La importancia del guía de turismo tiene raíz con el trabajo de Schmidt (1979), quien basado en una convivencia con tours guiados determinó cualidades y funciones de los guías de turismo (Schmidt, 1979). En 1985 la edición especial de la revista *Annals of Tourism Research* dedicó su tema principal al rol del guía de turismo (Bazan et al., 2020). A partir de estos hechos, los guías son descritos como fuentes de conocimiento, dadores de información (Cohen, 1985), mediadores turísticos (De Kadt, 1979), bróker de cultura (Ap & Wong, 2001), filtros de información, entre otros (Zerva & Nijkamp, 2016).

La historia ha demostrado que la formación, evaluación y regulación del guía de turismo tiene gran responsabilidad para

lograr la satisfacción del turista. Los aspectos interpretativos del trabajo de los guías mejoran la calidad de vida de los turistas, ayuda a la comprensión del destino, su cultura e influye en el comportamiento de las compras de los turistas (Chang, 2006). Así mismo, el producto de visita está conformado por la empresa, el guía y los participantes, en donde: la empresa se encarga de los elementos tangibles de la visita; el guía interactúa con los participantes; y los participantes disfrutan de la experiencia del producto (Geva & Goldman, 1991).

A pesar del papel clave que desempeña el guía en la actividad turística, su trabajo ha sido poco ponderado por el sector público, privado y académico (Bazan et al., 2020). Situación que se ha agravado con la llegada de la pandemia, el sector de la guianza turística de forma específica no ha sido tomada en cuenta en las agendas o planes de ayuda o reactivación a nivel regional. A su vez, pocos han sido los estudios que muestran la situación de los guías de turismo frente al covid-19 (Rivas, 2020; Zenker & Kock, 2020). Por este motivo, este artículo busca analizar la situación de los guías de turismo en Latinoamérica de manera particular en México, Costa Rica, Perú, Colombia y Ecuador, sus realidades y perspectivas frente a la presencia de la pandemia covid-19 desde la visión de los propios guías, permitiendo abrir el debate para futuros abordajes entorno a este, el sector más afectado del turismo a nivel mundial.

Para el diseño de la investigación se partió de un enfoque cuantitativo y cualitativo, de tipo exploratorio no experimental. El uso de la encuesta, la entrevista y la realización de un foro virtual fueron las técnicas empleadas para la recolección de la información en cada uno de los países participantes. Para ello, se identificaron cuatro dimensiones de análisis: situación laboral, seguridad laboral, procesos de asociatividad, y las perspectivas de futuro después de la pandemia. Para dar sustento a la investigación se contempló una revisión de literatura especializada respecto a los guías de turismo y la situación actual del turismo frente al covid-19.

Los resultados proyectan que la forma tradicional de prestación de servicios turísticos antes de la pandemia no brindaba seguridad laboral, generando inclusive elementos de vulnerabilidad frente a otros sectores del turismo, situación que ha sido poco o nada atendida por el sector público y privado en los peores momentos de la crisis. También se pondera la capacidad de las agencias para desarrollar la creatividad, autocapacitarse y emprender en nuevas y emergentes actividades de subsistencia. Así mismo, se ha identificado que la asociatividad es clave para sobrellevar la situación, permitiendo ver con optimismo el futuro de su trabajo a pesar de ser incierto en el corto plazo.

El estudio está compuesto por cinco apartados: el primero expresa las características de los guías de turismo, el impacto del covid-19 en el turismo y con la guianza turística; el segundo describe la metodología utilizada para cumplir con el objetivo planteado; tercero y cuarto corresponden los resultados y discusión en base a las cuatro dimensiones de estudio; quinto y último, se reflexiona sobre la situación del guía de turismo y sus necesidades para afrontar esta nueva realidad.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Los guías de turismo en la primera línea

El guía de turismo es un proveedor de servicio y actor de primera línea en el sector turístico que influye directamente en la satisfacción de la visita y la percepción de los turistas sobre el destino de acogida (Ap & Wong, 2001; Min, 2011). Son los encargados de proporcionar información sobre qué visitar, cómo mantenerse seguro cuando el peligro está cerca, y cómo jugar con el peligro cuando está ausente, promoviendo la interacción del grupo, y luego organizando las actividades relevantes para el viaje (Moscardo, 2003; Schmidt, 1979; Wang et al., 2000).

A lo largo de su historia los guías han acumulado varias definiciones y descripciones. Una definición básica e integral es aquella que lo califica como la “persona que guía a los visitantes en el idioma de su elección e interpreta el patrimonio cultural y natural de una zona, posee una cualificación específica, normalmente expedida y/o reconocida por la autoridad competente” (World Federation of Tourist Guide Associations, 2020). Así mismo, es considerado como un mediador, líder, informador, animador, gestor, educador, protector de recursos naturales y bróker cultural (Ap & Wong, 2001; Cohen, 1985; De Kadt, 1979). En ese contexto evolutivo y diverso también son considerados filtros de información y creadores de historias que convierten a los escenarios y a las personas en atracciones turísticas (Zerva & Nijkamp, 2016).

El guía se convierte entonces en el proveedor de servicios más importante en la cadena de operación turística y es precisamente por este rol, que un gran número de investigaciones se han orientado hacia el desempeño profesional o el grado de valoración de sus servicios por parte del turista. Las investigaciones sobre guías de turismo están orientados a la satisfacción del cliente (Wang et al., 2000), la certificación (Black & Ham, 2005), el desempeño de la calidad (Fine & Speer, 1985; Sezgin & Duz, 2018), la contribución a la sostenibilidad (Pereira & Mykletun, 2012; Weiler, 2016). Sin embargo, la importancia del guía de turismo en la cadena de valor del producto turístico necesita de estudios longitudinales que ponderen la situación laboral, psico social o crecimiento

profesional, entre muchas otras aristas relacionadas con el desarrollo de su trabajo (Ap & Wong, 2001; Hwang & Lee, 2018).

2.2 El turismo y el embate del Covid-19

El turismo hasta el año 2018 y previo a la pandemia gozaba de confianza y crecimiento sostenido y consecutivo tanto en las llegadas internacionales como en ingresos económicos. Así lo reflejaron las cifras proporcionadas para cada región, Europa experimentó una expansión del 5%; Asia y el Pacífico 7%; Américas 2%; África 7%; y Oriente medio 5%. Los ingresos derivados del gasto del visitante crecieron más rápido que la economía mundial que demostraba su fortaleza y resiliencia asociada a políticas de sostenibilidad y competitividad. Se ponderó que ocho de los diez principales destinos turísticos del mundo (algunos epicentros de la pandemia) aparecían en el ranking de llegadas internacionales e ingresos económicos globales (Organización Mundial del Turismo, 2019).

Sin embargo, a partir del 11 de marzo la Organización Mundial de Salud declara al SAR-COV-2 como una pandemia mundial, desde esa fecha, varios sectores económicos se han visto gravemente afectados, siendo el de mayor impacto el turismo, donde se vislumbran grandes pérdidas económicas, cierre de negocios turísticos y por consiguiente despidos masivos en el sector.

La pandemia del covid-19 irrumpió abruptamente el crecimiento sostenido y la visión de resiliencia, al punto de no identificar cuál es el verdadero impacto global en la industria del turismo (Cave & Dredge, 2020). Las primeras evaluaciones del covid-19 en el turismo internacional, denotan que el mundo se enfrenta a una crisis sanitaria de impactos sociales y económicos sin precedentes.

Las llegadas internacionales cayeron en un -78%, cifras nunca vistas y que ponen fin a un crecimiento sostenido de 10 años. Hasta el primer semestre del 2020, el comportamiento de llegadas internacionales registró una disminución de -65%, siendo los meses de abril, mayo y junio los de mayor descenso con un promedio del -95% (Organización Mundial del Turismo, 2020a, 2020b).

Este síndrome respiratorio severo, de origen científico aún desconocido tiene una rápida expansión no controlada aún a nivel global. Se estima que entre los primeros casos transmitidos estuvieron los relacionados con la exposición ocupacional de primera línea, figurando en esta el personal de la industria turística como los guías de turismo, siendo los más expuestos quienes dirigieron grupos turísticos infectados o aquellos que venían de países epicentro de la pandemia como: China, Italia y España (Chinazzi et al., 2020; Koh, 2020). A pesar de esto, existe aún una limitada discusión sobre los

riesgos relacionados con la exposición que tienen los guías turísticos, quienes por su trabajo tienen contacto frecuente con diferentes tipos de públicos (Lan et al., 2020).

Adicional al riesgo latente de contagio, para cualquier persona empleada en el turismo mundial, la crisis actual también se habrá convertido en una crisis personal, pues las empresas del sector han incurrido en despedidos de su personal para buscar solventar la difícil situación del turismo a escala global. A partir de este hecho, surgen preguntas clave respecto al futuro del turismo como: ¿cuándo se reactivarán los viajes, tanto internacionales como nacionales?, ¿cuándo se iniciará la reapertura de los negocios turísticos y hoteleros? Y particularmente, ¿cuándo el servicio de guianza volverá a activarse?, más aún al considerar que varios países están pidiendo a sus ciudadanos que mantengan el confinamiento y eviten los viajes (Gössling et al., 2020).

2.3 Los guías de turismo frente al covid-19

Los esfuerzos mundiales, para contener la transmisión del virus, no solo han impactado en la salud humana, sino también en la economía global, como se refleja en la introducción de acciones sin precedentes en despidos, reducción de personal y desempleo involuntario, que amenazan la seguridad laboral en diferentes sectores comerciales, como la hostelería y los servicios de alimentos, manufactura, comercio minorista, viajes y turismo. Y aquellos que permanecen empleados han experimentado recortes salariales significativos, reducción en las horas de trabajo y licencias prolongadas. Ambas situaciones presentan graves afectaciones psicológicas y de comportamiento, provocando casos de ansiedad debido a la incertidumbre y al futuro de sus trabajos. El costo para los trabajadores de turismo no es únicamente físico y financiero, sino también, una serie de consecuencias psicológicas por mantener el bienestar emocional, lidiar con la incertidumbre laboral y profesional, y hacer malabares con los roles de trabajo y familia (Restubog et al., 2020).

Las habilidades, el conocimiento y la actitud profesional de los guías de turismo, garantizan un alto nivel de calidad en el servicio de guianza, ayudan a satisfacer las necesidades de los miembros del tour y contribuyen a generar el “boca a boca” clave para la comercialización de las operadoras de turismo (Hwang & Lee, 2018). Sin embargo, estas potencialidades ahora se ven mermadas por la incertidumbre que está generando las medidas de contención del covid-19 tales como: restricción de viajes, cierre de fronteras, (re) confinamiento, distanciamiento social. Cada esfuerzo por contrarrestar el covid-19 influye directa e indirectamente en la carrera profesional y la vida laboral del guía de turismo.

La pandemia como una variable de perturbación social está desentrañando y obligando a discutir problemas como el

bienestar social, la seguridad laboral, nuevos temas de capacitación y nuevos comportamientos, siendo una oportunidad para ver de manera diferente al mundo y no ser víctimas de un cambio abrupto (Brown & Westaway, 2011).

Así mismo, se denota que los guías de turismo son grupos económica y socialmente vulnerables, en especial quienes no poseen una estabilidad laboral o aquellos de tipo ocupacional *free lance*. El impacto de la recesión económica está dejando a los guías de turismo impotencia laboral y limitadas oportunidades para competir (Rivas, 2020). La necesidad los llevó a activar su capacidad de agencia humana para promover el sentido de la adaptación o transformación a través del aprendizaje, la creatividad e innovación (Walker et al., 2004).

En estas circunstancias, se denota una imperiosa necesidad de juntarse para generar soluciones y mejores condiciones en el proceso de reactivación de la actividad. Por tanto, la asociatividad, entendida como la capacidad que utilizan los actores sociales para ensayar la resolución de problemas y la insatisfacción de necesidades individuales y colectivas (Maldovan Bonelli & Dzembrowski, 2009), se convierte en uno de los mayores retos para los guías de turismo en la actualidad. Y es que al hablar de asociatividad se habla de compromiso y una búsqueda constante del bien común, caracterizada por una horizontalidad e involucramiento de todos los individuos que voluntariamente comparten su esfuerzo y conocimiento para obtener resultados positivos y de beneficio equitativo para todos quienes la conforman (Maldovan Bonelli & Dzembrowski, 2009), esta forma de autogestión puede resultar efectiva para no depender de los estados, que a nivel de Latinoamérica pueden no poseer los recursos suficientes para aportar significativamente a las necesidades surgidas a partir de la pandemia.

Aunque ya se han implementado programas fiscales y de apoyo significativos, actualmente no está claro cómo estos beneficiarán al sector turístico, o si dichas acciones estimularán la demanda turística interna (Gössling et al., 2020). Además, las organizaciones que regulan el turismo han enfatizado que el apoyo al sector empresarial es clave para su supervivencia, pero no dejan claro cuál será el apoyo que recibirá el talento humano vinculado al sector y de manera particular a los guías de turismo, a tal punto, que no se ha llegado a reconocer la importancia antes descrita en la cadena de valor del sector (Lovrentjev, 2015). Así mismo, la normativa destinada a los guías de turismo debe ser flexible y estar orientada a brindar oportunidades, esto como resultado de la articulación, diálogos y aspiraciones efectivas entre empresas, sector público y la academia, con el propósito de crear beneficios futuros y acciones anticipatorias de protección laboral.

La similitud de condiciones en las actividades de guianza turística entre los países estudiados, radica principalmente en las falencias de regulación que a nivel Latinoamericano existen, en donde poco se direccionan hacia reconocer al guía de turismo como un profesional de primera línea, la idiosincrasia latinoamericana al momento de hablar de asociatividad y la limitada cohesión de objetivos comunes, han hecho que los guías de turismo se sientan desmotivados a pertenecer a gremios que puedan autogestionar mejores condiciones no solo en lo profesional, sino también, en lo personal, por lo que surge el interés por conocer sus necesidades actuales a fin de obtener resultados que permitan lograr estrategias de asociatividad, gestión e involucramiento en normativas a nivel regional.

3. METODOLOGÍA

Para el diseño de la investigación se partió de un enfoque cuantitativo y cualitativo, de tipo exploratorio no experimental, aplicando el método analítico – deductivo, en cinco países de la región: Colombia, Ecuador, México, Costa Rica y Perú.

El estudio inició con la identificación de las dimensiones y variables de análisis a partir de conversaciones virtuales con representantes de los países mencionados, priorizando en primera instancia; la situación y seguridad laboral, los procesos de asociatividad y su importancia, y las perspectivas de futuro después de la pandemia. Para dar sustento a la investigación se contempló una revisión de literatura especializada respecto a los guías de turismo y la situación actual del turismo frente al covid-19 (Gómez-Luna et al., 2014). Los artículos científicos publicados en inglés y español alojados en bases de datos multidisciplinarias WoS y Scopus fueron principalmente utilizados. También se recurrió a los boletines y publicaciones de los entes oficiales de turismo a nivel mundial como OMT, WTTC y ONU.

Respecto al proceso cuantitativo, se contempló en tres fases: primero la validación del instrumento con diez expertos; cinco académicos y cinco guías de turismo con diferentes niveles de especialización, quienes validaron las preguntas y opciones de respuesta, que permitió obtener la segunda versión del cuestionario en el que se contemplan: 6 dimensiones y 38 preguntas; en la segunda fase se aplicó una prueba piloto a 20 guías de turismo calificados, con la finalidad de medir el nivel de fiabilidad del instrumento de recolección de datos y la cohesión interna entre los ítems a través del cálculo del Alpha de Cronbach (Martínez, 2006), donde se obtuvo un coeficiente de 82% de aceptación, indicando consistencia entre las preguntas; y finalmente, se aplicó el último y definitivo cuestionario, para lo cual se consideró una población de

estudio de 1453 guías de turismo pertenecientes a gremios y/o asociaciones de cada uno de los países de estudio, para la fórmula muestral se consideró un 95% de confianza y el 70% de probabilidad de éxito, obteniéndose una muestra de 264 individuos, empleándose para el proceso de levantamiento de información el muestreo no probabilístico por bola de nieve (Atkinson & Flint, 2001), el procedimiento de muestreo fue aplicado en línea permitiendo que el formulario circule y sea compartido el enlace con los guías de turismo de los diferentes países de la región, lo que ayudó a obtener un alto número de respuestas; este procedimiento se realizó durante los meses de julio a octubre del año 2020.

A su vez, para el proceso cualitativo se desarrolló un formulario de preguntas que fue validado entre el equipo de trabajo y aplicado por medio de entrevistas a informantes clave en cada uno de los países que son parte del estudio (Mira et al., 2004), dos representantes del sector público (Perú y Colombia), cuatro del sector privado (Ecuador, México, Costa Rica y Perú) y dos de la academia (Ecuador y Colombia), con la finalidad de contrastar la visión respecto a: la situación laboral de los guías de turismo, seguridad, asociatividad y visión de futuro. Finalmente, se procesaron y tabularon los resultados, logrando identificar los datos de mayor relevancia, que son presentados en el siguiente apartado.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En base a las 4 dimensiones del estudio (análisis de la situación laboral de los guías de turismo; seguridad laboral; asociatividad y pronóstico de futuro) a continuación se presentan los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas aplicadas:

Análisis Cuantitativo: A partir del análisis de las encuestas a los 264 guías de turismo de los países participantes en la investigación se identificó:

4.1 Situación laboral

La pandemia del covid-19 demostró que el turismo es el sector más vulnerable, pues atacó de forma directa a todos los niveles dentro de la cadena de valor, siendo los guías de turismo los menos atendidos en esta crisis, quienes a su vez reflejan una mayor vulnerabilidad y desatención por parte del sector público y privado. Entre los resultados obtenidos, se identifica que en el proceso de contratación y prestación de servicios antes de la pandemia, de los 264 encuestados el 74% de los guías en Latinoamérica tenían un contrato de servicios por honorarios o también denominados *free lance*, mientras que el 19% contaba con un contrato por servicios ocasionales, el 4% se encontraba bajo relación de dependencia, el 2% con

contrato permanente y apenas el 1% administraban su propia empresa.

Por otro lado, las expectativas del sector turístico antes de la pandemia eran altas respecto a la temporada de verano (junio – agosto en el hemisferio norte), tanto así que los guías de turismo consideraban a esta actividad como muy importante para su economía personal y familiar (79%), importante el 14% poco o nada importante el 5% y entre los encuestados el 2% tuvo una posición neutral.

Este escenario cambió radicalmente, pues durante la crisis sanitaria, el 91% de los guías de turismo manifestaron que su afectación principal se reflejó en la economía personal y familiar, seguido del factor emocional (miedo, incertidumbre, desconfianza, agresión) en un 62% y la situación psico-social (estrés, sobrecarga, exigencia exagerada) en un 55%.

Frente a esta situación, los guías de turismo han buscado reinventarse, un 23,9% de los encuestados indicó que están trabajando en comercio, (operaciones de compra y/o venta de productos y servicios); mientras que el 25% están generando servicios, (moto encomiendas, cajeros, mercados ambulantes, capacitadores); el 24% manufactura (transformación de materias primas en productos terminados para su consumo) y el 27,1% menciona que aún no empieza a trabajar.

El 65% de los guías de turismo encuestados indicaron que están totalmente de acuerdo que los nuevos emprendimientos generados representan una oportunidad para crear espacios laborales; el 42% indica que es muy importante tener redes profesionales, sociales y tecnológicas en el surgimiento de estos nuevos emprendimientos.

Tabla 1 Situación laboral guías de turismo

Principal contrato laboral (antes covid-19)	Afectación del covid-19	Emprendimiento durante covid-19
Free lance 74% Contrato ocasional 19% Relación de dependencia 4% Contrato permanente 2% Propietario de empresa 1%.	Economía 91% Emocional 62% Psicosocial 55%	Crearon emprendimientos 73% No emprendió 27%

Fuente: Elaboración propia

4.2 Seguridad laboral

A pesar de esta situación, se identificó que el 32% de los guías tiene acceso a un seguro de salud privado, el 19% a un seguro contra accidentes, el 15% posee un seguro de vida, el 1,5% un seguro de desempleo, el 0,4% tiene el seguro del IESS (para el caso del Ecuador) y el 32% no posee ningún seguro, situación alarmante para quienes se desempeñan en esta área vital del quehacer turístico.

Frente a la situación actual de la pandemia los encuestados indican que entre las coberturas de seguridad más importante en su actividad profesional están los seguros de salud con el 48,1%, seguido por el seguro de accidentes 23,3%, vida 13,5% y desempleo 15,1%, siendo este último indicador un eje de análisis clave en la problemática a nivel regional, puesto que el 69% de los encuestados indica que el mayor problema que a diario enfrentan los guías de turismo es la inestabilidad laboral, mientras que el 65% indica que el mayor problema es la informalidad, por otra parte, el 54,6% menciona la ausencia de leyes que regula el trabajo formal, además que el 35% indica que esto se debe a la inclusión de nuevas figuras laborales por ejemplo el guía – driver o guía conductor.

Antes de la pandemia, la expectativa que tenían los guías de turismo sobre el comportamiento del turismo en sus países era muy alta con un 48,1%, alta en un 34,4%, mediana con un 12,9%; mientras que una baja expectativa y muy poca expectativa se ubicaron en el 3,4% y 1,2% respectivamente. Así mismo, se debe considerar que el 60% de los guías de turismo encuestados indicaron que la actividad turística antes de la emergencia sanitaria en sus países respectivos se encontraba en crecimiento, mientras que el 25% indicó que la actividad turística sería estable, frente al 8% que indicó que se encontraba en recuperación y en el mismo porcentaje 8% creen que estaba en declive.

4.3 Asociatividad

Con respecto a los procesos organizativos, se identifica que el 64% considera muy importante pertenecer a alguna organización (sea a nivel local, nacional o internacional), mientras que el 24% la considera importante, el 10% es neutral y el 2% indica que no es nada importante.

A partir de lo anterior, el 55,3% de los encuestados son parte de Asociaciones, 4% son parte de Federaciones, 2,8% pertenecen a Confederaciones y el 7,5% están divididos en Corporaciones, Fundaciones, Colegios y Cooperativas, frente al 30,4% no pertenece a ningún grupo; indicando así también, que entre los mayores beneficios que les ha traído formar parte de estas organizaciones es haber obtenido: capacitaciones en un 61,7%, alianzas 42% y seguridad laboral 28,6%.

Un resultado que llamó la atención es que de los 264 encuestados, un 33,1% mencionaron estar totalmente de acuerdo con que las mujeres gozan de los mismos derechos que los hombres en el ejercicio de la guianza turística, así también el 32,3% dice estar de acuerdo; sin embargo, un 15,6% no está en acuerdo, ni en desacuerdo; mientras que el 15,3% está en desacuerdo y el 3,7 está en total desacuerdo, con que las mujeres tengan igual participación que los hombres. Además, se debe considerar que la representación de las mujeres fue del

38%, mientras que los hombres tienen una presencia del 62% en el grupo de análisis.

4.4 El futuro del turismo

Respecto a que depara el futuro de los guías de turismo, el 68,10% indica que la guianza continuará siendo su principal actividad económica. Y que, una vez finalizada la pandemia, la principal motivación para ejercer la guianza se determinará por su vocación (74,8%), satisfacción personal (45,1%), crecimiento económico (44,2%), reactivación económica del sector (42,9%) y estabilidad emocional (30,4%).

Todo será posible si se apuesta por el turismo nacional para la reactivación económica del turismo en su país (53,7%); considerando que entre las estrategias turísticas más importantes se reflejan en: promociones por parte de la oferta turística (67,5%), capacitaciones para los gestores turísticos (58%), manejo de protocolos de bioseguridad (59,5%), desarrollo de nuevos de servicios (47,9%) y reducción de costos de operación (23,6%).

Tabla 2 Necesidades y visión a futuro de guías de turismo

Necesidad de acceso a seguro	Asociatividad	Visión a futuro
S. salud: 48,1%, S: accidentes: 23,3% S. vida: 13,5% S. desempleo: 15,1%,	Pertenecen a una asociación 55% Muy importante pertenecer a una asociación 65%	Servicio de guianza seguirá siendo la principal actividad: 68% Vocación profesional será la principal motivación 75%

Fuente: autores

Análisis Cualitativo: A partir del análisis de las entrevistas a los informantes clave, en cada uno de los países participantes en la investigación se identificó:

4.5 Situación laboral

Los especialistas entrevistados coinciden que la modalidad de free lance es una figural laboral que les permite a las agencias de viajes reducir costos laborales (seguro social, vacaciones, aguinaldos, comisiones), y que los guías de turismo están de acuerdo con este proceder amparados en la idea de ser independientes, manejar sus horarios y temporadas de trabajo, plantear sus propias tarifas, incluso cuantificar los tours operados en temporada alta y baja. A pesar de que esto signifique a largo plazo no tendrán derecho a la compensación por tiempo de servicio o jubilación que al parecer no era una prioridad en el desarrollo de esta profesión.

Las reacciones o pensamientos manifestados se justifican porque la actividad turística en Latinoamérica antes de la crisis sanitaria se vislumbra por un crecimiento económico personal

y empresarial, por ejemplo: en Costa Rica se percibía una tendencia creciente en la frecuencia del ingreso de turistas en los dos últimos años; en el caso de México, los guías podían decidir qué tour tomar o no, sin importar mucho la temporada del año. Mientras que, en Perú y Colombia, los guías experimentaron un rápido crecimiento del porcentaje de llegadas internacionales. Y, para el caso de Ecuador, el turismo empezaba a recuperarse debido a la crisis social del octubre 2019. Sin embargo, a inicios del año 2020 el bloqueo de viajes y la cancelación de reservas por causa de la pandemia provocó que muchos guías de turismo empiecen a sentir la crisis económica, emocional y psicológica, a causa del alto índice de decesos y desempleo, razón por la cual se identificaron a tres grupos: un grupo que se vio obligado a utilizar sus fondos de ahorro para sobrevivir mientras pasaban los meses de confinamiento, un segundo grupo que posiblemente se confiaron de las épocas de bonanza del turismo en sus países, se dedicaron a diferentes actividades a fin de tener un ingreso temporal o emergente, así mismo, surgió un tercer grupo que accedió a préstamos para replantear nuevas actividades negocios familiares o entre colegas, con base en su creatividad, habilidad y convicción. En este sentido, los entrevistados ratificaron que muchos de sus colegas se encuentran laborando en campos y áreas ajenas a su especialización.

4.6 Seguridad laboral

La guianza turística es una profesión bien vista, sin embargo, la pandemia develó que la seguridad laboral de los guías de turismo está expuesta a vulnerabilidades sociales y económicas. Hoy los guías de turismo se enfrentan a una disminución salarial, cambios de modelos de contrato o despido laboral, incluso sus derechos han sido vulnerados. En este sentido, la normativa de los guías de turismo no es perfecta y siempre hay brechas por donde la estabilidad laboral está expuesta. Por ejemplo, en Colombia las nuevas figuras laborales crean descontento en quienes cumplieron con los estudios académicos formales, sin duda la informalidad de la guianza (quienes ejercen la guianza turística sin tener la formación académica, título o credencial oficial), es un problema que genera competencia desleal e injusticia laboral, que en palabras de los informantes atenta a la competitividad turística en Perú y Ecuador. En México, hasta inicios del año 2021 los guías han impulsado por una aprobación de la “ley de guías de turismo” que unifique el criterio de profesionalización, dignifique el trabajo y valore la importancia de difundir el patrimonio a escala nacional e internacional. En Costa Rica, el panorama es diferente porque la normativa da beneficios a las operadoras de turismo que contratan guías regularizados y acreditados.

Los entrevistados también manifiestan que, otra forma de analizar la seguridad laboral es a través de la ayuda brindada por los gobiernos, organizaciones y entidades particulares durante la emergencia sanitaria. En México el gobierno federal dio crédito para todo tipo de oficios, comercio, negocios y turismo. El gobierno de Costa Rica extendió el bono “proteger” a los guías en estado crítico. En Colombia los guías recibieron del gobierno un bono de solidaridad. En Perú y Ecuador los entrevistados coincidieron que lamentablemente no se evidencia el apoyo del gobierno a pesar de facilitar préstamos y bonos, pero no hacia los guías de turismo. La ayuda voluntaria y solidaria llegó hacia grupos de guías de turismo por “redes de amigos e incluso turistas” o capital social formado por los guías de turismo a través del ejercicio profesional.

4.7 Asociatividad

La asociatividad es una característica de los guías de turismo a nivel formal y no formal, siendo valorados como espacios de diálogo y articulación de intereses y aspiraciones comunes. Las asociaciones de guías de turismo tienen roles y competencias diversas, sin embargo, su estructura frágil, a veces dispersa y sectorizada, ha limitado su capacidad de respuesta e impacto, así como, la limitada visión y carencia de objetivos claros y prácticos ha ocasionado que las agrupaciones desaparezcan con el tiempo. Tal es así que para el caso de Perú se estima existen más de 10.000 guías en al menos 36 organizaciones, nacionales y locales; México, identifica más de 5000 guías y al menos 26 organizaciones; Colombia estima al menos 1.500 guías en alrededor de 20 organizaciones; Ecuador, registra 2.700 guías y 28 organizaciones gremiales guías; Costa Rica, debido a su normativa, la agremiación es obligatoria centralizando en organizaciones locales y una federación nacional, lo que da mayor presencia e incidencia en la política turística del país. A su vez, la existencia de una red latinoamericana y una mundial de guías de turismo, muestra el creciente interés por la asociatividad en el sector.

No obstante, los resultados de las entrevistas concuerdan que la asociatividad trae beneficios profesionales, sociales y laborales, así mismo, crean canales de contacto con otras redes del sector público y privado del turismo. En Costa Rica la asociatividad de los guías de turismo generó relaciones y convenios con varios sectores operativos y productivos para la obtención de seguros laborales y de salud. En México, la asociatividad les permitió obtener préstamos accesibles de bajo interés y a plazos oportunos y flexibles. La lucha gremial de los guías de turismo del Perú permitió que la federación de guías sea miembro del Consejo Consultivo de Turismo del Ministerio de Industria y Turismo. En Ecuador la estructura de la asociatividad es débil y dividida por intereses regionales,

políticos y de competencia, afectando el compromiso gremial, cohesión y defensa profesional a nivel de país.

Otro hecho que la asociatividad aportó fue dejar atrás la idea sesgada y de preferencias de los operadores de turismo por contratar guías hombres. Actualmente, esta situación está cambiando, el pensamiento es diferente, la importancia de la mujer y su protagonismo dentro del turismo es reconocido tanto desde los gremios y es ratificado por los turistas.

4.8 El futuro del turismo

El año 2020 culmina con cifras económicas bajas, con restricciones de viajes y reducción de frecuencias de rutas aéreas comerciales. El panorama es desalentador y las conjeturas hacia el futuro son inciertas. Los entrevistados creen que el 2021 tendrá un incremento de turismo leve y tímido; esperan que la situación actual se normalice con la llegada de la vacuna, sólo así se romperá el miedo. Los gobiernos deben diseñar estrategias claras y prácticas que aporten a la recuperación del turismo.

En México los operadores turísticos ya reiniciaron el trabajo y esperan con optimismo una recuperación a partir del mes marzo del 2021, además esperan que el gobierno aporte a la recuperación turística. En Ecuador, es necesario pensar en la competitividad y el bienestar de todos los sectores del país. Es importante aprender de quienes se sobrepusieron y se adaptaron durante la crisis, para trazar agendas que reivindican la profesión del turismo. En Perú, mientras no se tenga la vacuna es complicado pronosticar una fecha o punto de partida para planificar como se solía hacer antes. En Costa Rica el entrevistado cree que reabrir las rutas aéreas a Estados Unidos incrementará las llegadas internacionales.

5. CONCLUSIONES

El sector turístico a escala global ha sido afectado gravemente por el fenómeno covid-19, y en este sin duda, los guías de turismo quienes han llevado la peor parte. Al haber priorizado antes de la pandemia, las ventajas de la flexibilidad laboral como modalidad de contratación de servicios -freelance, en donde la libertad de elección de empresas, manejo de horarios, tarifas, etc., se sobre puso frente a los beneficios de la seguridad laboral, seguros médicos o de desempleo, convirtiéndose este en el principal punto quiebre durante la pandemia, pues con la paralización de las operaciones turísticas la situación de vulnerabilidad de los guías ha sido por demás notoria.

Frente a ello, el proceso de asociatividad se convirtió hasta cierto punto en ambiguo; por un lado, los guías de turismo reconocen la importancia y el impacto favorable de la conformación de organizaciones, gremios y confederaciones;

sin embargo, la dinámica inherente a su actividad profesional (temporadas turísticas) y la limitada cohesión respecto al planteamiento de objetivos comunes y visión a largo plazo, son aspectos que han fragmentado los múltiples intentos de fortalecimiento gremial y su incidencia en las políticas que los beneficien, acciones que fueron más evidentes durante la pandemia, este no es el caso de Costa Rica, en donde, el contar con una agrupación fuerte les ha permitido gestionar amplios beneficios para los guías agremiados en el país.

Finalmente, respecto al futuro del turismo existen posiciones comunes respecto a la incertidumbre sobre su reactivación, sin embargo, la situación previa a la crisis marca una gran diferencia, pues exceptuando a Ecuador, todos los países miraban con gran expectativa a la dinámica turística, positiva en su mayoría, en la actualidad, el manejo de la crisis, y las acciones de reactivación junto a los lentos procesos de vacunación, trazan un camino dispar frente a la reactivación, en los diferentes países estudiados, pues de un lado, México y Costa Rica, muestran un esquema sólido hacia la reactivación, mientras que la fuerte oferta turística de Perú y Colombia generan grandes expectativas en el corto plazo, no así para el caso de Ecuador en donde la incertidumbre y el mal manejo de la pandemia lo ubican a la cola del proceso de reactivación en la región.

6. REFERENCIAS

- AP, J., & WONG, K. (2001): "Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems". *Tourism Management*, 22(5), 551–563. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00013-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00013-9)
- ATKINSON, R., & FLINT, F. (2001): "Accessing Hidden and Hard-to-Reach Populations: Snowball Research Strategies". *Social Research UPDATE*, 33.
- BAZAN, C., TALAMANTES, A., & ESCALONA HERNÁNDEZ, C. (2020): "Los guías de turistas en México: intermediación cultural y condición laboral". *Anales de Antropología*, 55(1), 115–129. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22201/iaa.24486221e.2020.0.76301>
- BLACK, R., & HAM, S. (2005): "Improving the quality of tour guiding: Towards a model for tour guide certification". *Journal of Ecotourism*, 4(3), 178–195. <https://doi.org/10.1080/14724040608668442>
- BROWN, K., & WESTAWAY, E. (2011): "Agency, Capacity, and Resilience to Environmental Change: Lessons from Human Development, Well-Being, and Disasters". *Annual Review of Environment and Resources*, 36(1), 321–342. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-052610-092905>

- CAVE, J., & DREDGE, D. (2020): "Regenerative tourism needs diverse economic practices". *Tourism Geographies*, 1–11. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1768434>
- CHANG, J. C. (2006): "Customer satisfaction with tour leaders' performance: A study of Taiwan's package tours". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(1), 97–116. <https://doi.org/10.1080/10941660500500808>
- CHINAZZI, M., DAVIS, J. T., AJELLI, M., GIOANNINI, C., LITVINOVA, M., MERLER, S., Y PIONTTI, A., MU, K., ROSSI, L., SUN, K., VIBOUD, C., XIONG, X., YU, H., HALLORAN, M. E., LONGINI, I. M., & VESPIGNANI, A. (2020): "The effect of travel restrictions on the spread of the 2019 novel coronavirus (COVID-19) outbreak". *Science*, 368(6489), 395–400. <https://doi.org/10.1126/science.aba9757>
- COHEN, E. (1985): "The tourist guide". *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5–29. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(85\)90037-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(85)90037-4)
- DE KADT, E. (Ed.) (1979): *Tourism: Passport to development?* Oxford University Press.
- FINE, E. C., & SPEER, J. H. (1985): "Tour guide performances as sight sacralization". *Annals of Tourism Research*, 12(1), 73–95. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(85\)90040-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(85)90040-4)
- GEVA, A., & GOLDMAN, A. (1991): "Satisfaction measurement in guided tours". *Annals of Tourism Research*, 18(2), 177–185. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(91\)90002-S](https://doi.org/10.1016/0160-7383(91)90002-S)
- GÓMEZ-LUNA, E., FERNANDO-NAVAS, D., GUILLERMO, A.-M., & ANDRÉS, B.-B. L. (2014): "Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización". *DYNA*, 81(184), 158–163.
- GÖSSLING, S., SCOTT, D., & HALL, C. M. (2020): "Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19". *Journal of Sustainable Tourism*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- HWANG, J., & LEE, J. (JAY). (2018): "Relationships among Senior Tourists' Perceptions of Tour Guides' Professional Competencies, Rapport, Satisfaction with the Guide Service, Tour Satisfaction, and Word of Mouth". *Journal of Travel Research*, 58(8), 1331–1346. <https://doi.org/10.1177/0047287518803199>
- KOH, D. (2020): "Occupational risks for COVID-19 infection". *Occupational Medicine (Oxford, England)*, 70(1), 3–5. <https://doi.org/10.1093/occmed/kqaa036>
- LAN, F.-Y., WEI, C.-F., HSU, Y.-T., CHRISTIANI, D. C., & KALES, S. N. (2020): "Work-related COVID-19

- transmission in six Asian countries/areas: A follow-up study". *PLOS ONE*, 15(5), e0233588. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0233588>
- LOVRENTJEV, S. (2015): "Education of Tourist Guides: Case of Croatia". *Procedia Economics and Finance*, 23(October 2014), 555–562. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00538-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00538-9)
- MALDOVAN BONELLI, J., & DZEMBROWSKI, N. (2009): "Asociatividad para el trabajo: una conceptualización de sus dimensiones". *Margen*, 55, 1–9.
- MARTÍNEZ, P. (2006): "El método de estudio de caso. Estrategia metodológica de la investigación científica". *Pensamiento y Gestión*, 20, 166–193.
- MIN, J. C. H. (2011): "Tour guides and emotional intelligence". *Annals of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.09.005>
- MIRA, J. J., PÉREZ-JOVER, V., LORENZO, S., ARANAZ, J., & VITALLER, J. (2004): "La investigación cualitativa: una alternativa también válida". *Atención Primaria*, 34(4), 161–166. [https://doi.org/10.1016/S0212-6567\(04\)78902-7](https://doi.org/10.1016/S0212-6567(04)78902-7)
- MOSCARDO, G. (2003). "Interpretation and Sustainable Tourism: Functions, examples, and principles". *The Journal of Tourism Studies*.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2019): *Panorama del turismo internacional, edición 2019*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284421237>
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2020a): *International Tourism and covid-19 | UNWTO*. <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2020b): *Los nuevos datos muestran el impacto de COVID-19 en el turismo, mientras la OMT pide un reinicio responsable del sector | OMT*. <https://www.unwto.org/es/news/los-nuevos-datos-muestran-el-impacto-de-covid-19-en-el-turismo>
- PEREIRA, E. M., & MYKLETUN, R. J. (2012): "Guides as contributors to sustainable tourism? A case study from the Amazon". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(1), 74–94. <https://doi.org/10.1080/15022250.2012.663558>
- RESTUBOG, S. L. D., OCAMPO, A. C. G., & WANG, L. (2020): "Taking control amidst the chaos: Emotion regulation during the COVID-19 pandemic". *Journal of Vocational Behavior*, 119, 103440. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2020.103440>

- RIVAS, C. (2020): "Impact of Covid 19 on Ecuadorian tour guides". *Ecuadorian Science Journal*, 4(2 SE-Research Paper). <https://doi.org/10.46480/esj.4.2.67>
- SCHMIDT, C. J. (1979): "The Guided Tour: Insulated Adventure". *Urban Life*, 7(4), 441–467. <https://doi.org/10.1177/089124167900700402>
- SEZGIN, E., & DUZ, B. (2018): "Testing the proposed "GuidePerf" scale for tourism: performances of tour guides in relation to various tour guiding diplomas". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(2), 170–182. <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1410196>
- WALKER, B., HOLLING, C. S., CARPENTER, S. R., & KINZIG, A. (2004): "Resilience, Adaptability and Transformability in Social– ecological Systems". *Ecology and Society*, 9(2).
- WANG, K. C., HSIEH, A. T., & HUAN, T. C. (2000): "Critical service features in group package tour: An exploratory research". *Tourism Management*, 21(2), 177–189. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00047-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00047-3)
- WEILER, B. (2016): "The contribution of Australia-based researchers to tour guiding". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 26, 100–109. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.01.002>
- WORLD FEDERATION OF TOURIST GUIDE ASSOCIATIONS. (2020): *What is a Tourist Guide? Tourist Guide*.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION. (2020): *UNWTO Briefing Note – Tourism and COVID-19, Issue 1 – How are countries supporting tourism recovery?* World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284421893>
- ZENKER, S., & KOCK, F. (2020): "The coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda". *Tourism Management*, 81, 104164. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>
- ZERVA, K., & NIJKAMP, P. (2016): "Tour guides as information filters in urban heterotopias: Evidence from the Amsterdam Red Light District". *Tourism Management Perspectives*, 18, 42–50. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.020>