

**EL TURISMO COMO SATISFACTOR  
DE LA NECESIDAD DE OCIO EN  
PANDEMIA<sup>54</sup>**

**TOURISM AS A SATISFACTOR OF  
THE NEED FOR LEISURE IN  
PANDEMIC**

Mercedes Elena Zapata Mendoza<sup>55</sup>

Pares evaluadores: Red de Investigación en Educación, Empresa y Sociedad – REDIEES.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> Derivado del proyecto de investigación: El turismo como satisfactor de la necesidad de ocio en pandemia

<sup>55</sup> Licenciada en Turismo de la Universidad Nacional de Trujillo -Perú, Maestra en Planificación y Gestión Turística, Doctora en Ciencias del Desarrollo Social por la Universidad Nacional de Trujillo - Perú, docente de la Escuela Profesional de Turismo – Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Trujillo – Perú y consultora en turismo, correo electrónico: elenazapata21ezm@gmail.com

<sup>56</sup> Red de Investigación en Educación, Empresa y Sociedad – REDIEES. [www.rediees.org](http://www.rediees.org)

## 6. EL TURISMO COMO SATISFACTOR DE LA NECESIDAD DE OCIO EN PANDEMIA<sup>57</sup>

Mercedes Elena Zapata Mendoza<sup>58</sup>

### RESUMEN

La actividad turística en el mundo no ha dejado de crecer, hasta noviembre del 2019, mes en el que se detectan los primeros casos de una extraña enfermedad llamada COVID 19, esta situación rebalsó los límites de lo esperado y se volvió una pandemia planetaria, la más letal en los últimos tiempos, la misma que generó y sigue generando nuevos escenarios de vida, influyendo directamente en la transformación de la satisfacción de la necesidad de ocio, ya que una de las medidas más drásticas asumidas por los gobiernos, ha sido el confinamiento y distanciamiento social, obligando a las personas a recortar su libertad de movilización dentro y fuera de su localidad, postergando y cancelando viajes de turismo y reinventando las formas de satisfacer la necesidad antes mencionada, a través de actividades que no pongan en riesgo la salud y la vida de las personas. Este escenario nos hace pensar en las perspectivas y propuestas para el futuro y nos obliga a proponer nuevas formas de satisfacer la necesidad de ocio en escenarios adversos como esta emergencia sanitaria, planteando el diseño y ejecución de un modelo turístico comunitario fortalecido y sostenible.

---

<sup>57</sup> Derivado del proyecto de investigación: El turismo como satisfactor de la necesidad de ocio en pandemia

<sup>58</sup> Licenciada en Turismo de la Universidad Nacional de Trujillo -Perú, Maestra en Planificación y Gestión Turística, Doctora en Ciencias del Desarrollo Social por la Universidad Nacional de Trujillo - Perú, docente de la Escuela Profesional de Turismo – Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Trujillo – Perú y consultora en turismo, correo electrónico: elenazapata21ezm@gmail.com

## **ABSTRACT**

Tourism activity in the world has not stopped believing, until november 2019, the month in which the first cases of a strange disease called COVID 19 are detected, this situation exceeded the limits of what was expected and became a planetary pandemic, the most lethal in recent times, the same that generated and continues to generate new life scenarios directly influencing the transformation of the satisfaction of the need for leisure, since one of the most drastic measures taken by governments has been the confinement and social distancing, forcing people to cut back their freedom of movement within and outside their locality, postponing and canceling tourist trips and reinventing the ways of satisfying the aforementioned need, with activities that do not put the health and life of people. This scenario makes us think about the perspectives and proposals for the future and forces us to propose new ways to satisfy the need for leisure in adverse scenarios such as this health emergency, proposing the design and implementation of a strengthened and sustainable community tourism model.

**PALABRAS CLAVE:** Ocio, satisfactor, turismo, pandemia.

**Keywords:** Lisure, satisfying, tourism,pandemic.

## INTRODUCCIÓN

El turismo es conocido como una actividad humana que ha generado desplazamientos permanentes alrededor del mundo, con la finalidad de que los turistas disfruten de su tiempo libre, de manera voluntaria y en busca de bienestar.

Una de las características centrales del turismo, es el desplazamiento, la movilidad de los agentes turísticos de un origen a un destino y dentro de éste, a cada uno de los atractivos turísticos que le ofrecen, como parte de la oferta del lugar. El movimiento es para muchos autores la esencia del turismo, definiéndolo como: “la ciencia social de la movilidad” (Hall, 2005).

Según Hunziker y Kraft el “Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos, producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa” (Quezada, 2007, P. 8). Esta antigua definición de turismo construida por estos personajes suizos, es una de las más aceptadas en el entorno turístico, pues grafica en sí, los principales componentes y características de esta actividad.

El turismo ha logrado ganar importancia en la historia de la humanidad, principalmente por la gran capacidad generadora de divisas que éste posee, la misma que deviene de los traslados de los turistas tanto locales, nacionales o internacionales, intercambiando no solo experiencias, sino también gastando en los destinos, generando empleo y reactivando las economías locales; pero en los últimos años se está destacando también el valor emocional del turismo, considerado que éste es un promotor del bienestar físico y emocional, generando sentimientos positivos y satisfactorios, que contribuyen con la felicidad y el logro de una vida plena.

Según Guerrero y Ramos (2016) el turismo puede entenderse como: La actividad humana que conlleva el deseo de satisfacer diversas motivaciones del turista, las cuales son variadas y sobre todo de carácter personal. Ante ello el sistema turístico debe trabajar por cumplir de manera personalizada y específica dichas necesidades. Lo que conlleva a que el turismo sea diversificado, específico, social, económico y humano. Los desplazamientos humanos le ceden al turista la posibilidad de deleitarse en su travesía de numerosos paisajes,

creando en él, diversos eventos en la conformación de nuevas experiencias de orden turístico. Por lo que para lograr hacer turismo se debe contar con expectativas, deseos, anhelos, y sobre todo con la necesidad imperiosa de vivir situaciones de vida, cultural, social, fuera de su contexto habitual, por más de 24 horas y menos a 6 meses, haciendo uso de la estructura, infraestructura y supraestructura turística, las cuales incrementan en todo momento su bagaje vivencial en todos los ámbitos que este corresponde. (Pp. 32-33)

El turismo ha sido definido como un fenómeno, un sistema, un hecho y una actividad, pero es necesario ir considerando otros aspectos para ampliar su entendimiento, como el hecho de que éste, se encuentra directamente vinculado con la necesidad de ocio, la misma que impulsa a las personas a usar su tiempo libre en actividades no laborales, generando en los individuos, recarga de energía, para continuar con sus vidas cotidianas y volver al trabajo con más interés y compromiso.

La actividad turística en el mundo ha tenido años continuos de crecimiento, hasta la aparición del Coronavirus y posterior pandemia de COVID 19, la que inicia en China como un caso aislado y extraño, pero en corto tiempo se vuelve una emergencia sanitaria mundial; este hecho contará en la historia del turismo, como la razón por la que se paralizó la actividad en todo el mundo, las fronteras se cerraron y las empresas turísticas, cuya razón de ser era la reunión y aglutinamiento de personas, no podían prestar servicios, pues el confinamiento fue otra medida sanitaria, tomada a nivel global.

La pandemia ha replanteado nuestras formas de ser, de estar y de tener; un día nos levantamos sabiendo que la única manera de salvar la salud y la vida era quedarnos en casa, todo lo opuesto al principio elemental del turismo que es salir de casa; han sido tiempos duros para todos, pero en especial para la actividad turística, que aún no se puede recuperar de casi un año de bloqueo sanitario.

El ocio como necesidad, se ha replanteado en pandemia, pues una de las formas destacadas de ocupar el tiempo libre, era viajar, pero al inicio del confinamiento estaba prohibido desplazarse fuera de sus lugares de residencia y en muchos países con los rebrotes y las nuevas variantes del virus, lo siguen estando. Viajar sigue siendo un riesgo de contagio, aún con la presencia de las vacunas; por tanto, la gente empezó a redireccionar su energía

creativa a actividades en casa: la cocina, la pastelería, el arte, entre otros, accediendo a éstas desde la comodidad del hogar, por medios remotos.

En esta pandemia hemos podido notar que la necesidad de ocio no se elimina, sino que se ha replanteado y que las personas están extrañando viajar más que antes, ahora considerando la fragilidad de la vida, están programando viajes de carácter local y nacional, que les permitan volver a encontrar ese sentimiento de bienestar que los viajes le otorgaban, siendo así la propuesta central es que debemos fortalecer el turismo interno.

Según Acerenza (2006): Las formas de turismo dentro de un país, pueden ser: Turismo interno: el de los residentes del país dado, que viajan dentro de este mismo país, Turismo receptor: el de los no residentes que viajan dentro del país dado y Turismo emisor: el de los residentes del país dado, que viajan a otro país.

Por años hemos estado centrados en atraer turistas extranjeros hacia nuestros países y se ha descuidado al fiel mercado nacional; en el caso de Perú, se había desarrollado un fuerte hábito de viajar por el territorio nacional, antes de la pandemia, habiendo cerrado el año 2019 con casi cuatro millones de peruanos viajando dentro de sus fronteras. Resulta una oportunidad el turismo interno, en este entorno de emergencia sanitaria, ya que la necesidad de ocio persiste y requiere ser satisfecha y se puede lograr con el turismo, pero aquel de escala local o nacional, el que nos permita contar con viajeros cercanos, que contribuyan a reflotar la actividad, en un menor tiempo, ejecutando protocolos de bioseguridad que salvaguarden la vida y la salud de los turistas.

## **DESARROLLO**

La teoría de las necesidades más conocida, en el entorno académico, es la planteada por Maslow, considerada una teoría jerárquica, motivacional en psicología, que comprende un modelo de necesidades humanas de cinco niveles, a menudo representado como nivel jerárquico dentro de una pirámide (Rodulfo, 2019); adicionalmente podemos mencionar a la teoría de las necesidades de McClelland, quien plantea sus tres necesidades humanas basadas en motivadores centrales que evidencian los seres humanos, siendo éstos los siguientes: necesidad de logro, de afiliación y de poder; así llegamos a la teoría de las necesidades a escala humana, planteada por Manfred Max Neef y otros académicos latinoamericanos,

quiénes formulan una propuesta basada en la necesidad, el satisfactor y el bien económico ; es allí donde encontramos a la necesidad de ocio, la misma que tiene innumerables opciones de satisfactores, entre los que se considera al turismo, como uno de los más efectivos en la satisfacción de dicha necesidad.

### **2.1 La Pandemia de la COVID 19:**

“Los coronavirus son una extensa familia de virus que pueden causar enfermedades tanto en animales como en humanos. En los humanos, se sabe que varios coronavirus causan infecciones respiratorias que pueden ir desde el resfriado común hasta enfermedades más graves como el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) y el síndrome respiratorio agudo severo (SRAS). El coronavirus que se ha descubierto más recientemente causa la enfermedad por coronavirus COVID-19” (OMS, 2020)

La enfermedad que se desarrolla luego de haber sido contagiado con el virus de Coronavirus es la COVID 19: “La COVID-19 es la enfermedad causada por el nuevo coronavirus conocido como SARS-CoV-2. La OMS tuvo noticia por primera vez de la existencia de este nuevo virus el 31 de diciembre de 2019, al ser informada de un grupo de casos de «neumonía vírica» que se habían declarado en Wuhan (República Popular China)” (OMS, 2020)

Según el informe de la Organización Panamericana de la Salud y la OMS, denominado Actualización Epidemiológica Nuevo Coronavirus: “El 31 de diciembre de 2019, el municipio de Wuhan en la provincia de Hubei, China, informó sobre un grupo de casos de neumonía con etiología desconocida. El 9 de enero de 2020, el Centro Chino para el Control y la Prevención de Enfermedades identificó un nuevo coronavirus COVID-19 como el agente causante de este brote. El 30 de enero de 2020, con más de 9.700 casos confirmados en China y 106 casos confirmados en otros 19 países, el director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró que el brote era una emergencia de salud pública de interés internacional (PHEIC), aceptando los consejos del Comité de Emergencia del Reglamento Sanitario Internacional (RSI). El 11 de febrero, siguiendo las mejores prácticas de la Organización Mundial de la Salud (OMS) para nombrar nuevas enfermedades infecciosas humanas, la OMS ha denominado a la enfermedad, COVID-19, abreviatura de "enfermedad por coronavirus 2019". (2020)

A partir de esta fecha el mundo ha vivido y sigue viviendo grandes desafíos, que han transformado nuestras vidas de manera contundente. Una de las actividades más golpeadas durante esta pandemia es la actividad turística, la misma que luego de años sostenidos de crecimiento, experimenta su año más crítico, afectado directamente en la satisfacción de la necesidad de ocio de los turistas en el mundo y generando el quiebre de algunas economías locales y nacionales.

## **2.2 Los nuevos escenarios:**

La pandemia nos ha puesto en un escenario inestable y de dolor, ha transcurrido más de un año, desde su aparición y lamentablemente aún no se ha superado la crisis en muchos países, este hecho ha roto todos nuestros paradigmas personales y sociales y nos ha obligado a transformar nuestras vidas.

En este contexto de cambio la Universidad de Dubái, a través de su centro para los estudios del futuro, en alianza con CONCYTEC, ha publicado el informe: El Mundo Post-COVID 19: Escenarios Posibles y Cambios en Paradigmas, en el que se menciona lo siguiente:

“A pesar de las muchas advertencias de prospectivistas, pensadores ideológicos gubernamentales, científicos, escritores de ciencia ficción y visionarios célebres, la reciente pandemia de COVID-19 ha creado una disrupción global más allá de nuestra imaginación. Si bien no es un cisne negro, el virus ha puesto a prueba nuestra habilidad como sociedad para responder adecuadamente”. (CONCYTEC y La Universidad De Dubái, 2020, P.9)

El informe también menciona que la COVID 19, no se irá tan pronto de nuestras vidas, por lo que es necesario empezar a encontrar la manera de adaptarse y superar la crisis.

“Esa disrupción está presente y continuará en el futuro cercano para afectar nuestra misma existencia, no solo para aquellos que ya han sido infectados con el virus (hasta ahora más de 7,3 millones en todo el mundo) o murieron (alrededor de 415.000) y sus seres queridos, sino prácticamente a todos y cada uno de nosotros” (CONCYTEC y La Universidad de Dubái, 2020, P.9).

Esta pandemia nos ha traído grandes calamidades, pero luego del caos el orden está llegando y debemos emprender la marcha hacia el futuro, siendo así este caos puede significar el crecimiento de nuevas oportunidades.

“El Mapa de Oportunidades Direccionales cubre un horizonte temporal de 10 a 15 años, proporciona un contexto para el conocimiento no estructurado que exploramos y los mundos desconocidos en los que los prospectivistas residen y contemplan posibilidades discontinuas. Proporciona además un prisma a través del cual reflexionar sobre áreas de posible reconceptualización y recontextualización de las actuales valoraciones del conocimiento y ayuda a armonizar disruptores y nuevos paradigmas de progreso. (CONCYTEC Y La Universidad De Dubái, 2020, P.10).

La recuperación de la crisis va a tomar un tiempo y cada país está trabajando para lograr los niveles de desarrollo que se tenía antes de COVID 19 y sobre la base de la experiencia que enseña claramente, se vislumbran nuevos escenarios para la vida y el desempeño del hombre en sociedad.

Según CONCYTEC y la Universidad de Dubái, mencionan que: En este momento intransigente de profunda incertidumbre, el mapa de oportunidades direccionales brindó una oportunidad general para cuestionar rigurosamente "¿Qué tipo de sociedad queremos?" O considerar "¿Tememos en lo que nos hemos convertido?". El Mapa sustenta mi creencia de que nos enfrentamos a la aceleración y síntesis de cinco espacios de oportunidad críticos, a saber: 1) El Renacimiento de la Sociedad, 2) La Economía humanizada o Economía con rostro humano, 3) El Reinicio del conocimiento, 4) Tecnologización de la ética y 5) Más allá de una sociedad centrada en el ser humano (2020, p.11)

Estos cinco escenarios atañen a todas las actividades humanas, pero si pensamos en el turismo podríamos decir que el enfoque de la economía con rostro humano nos hace pensar en la posibilidad de un nuevo tipo de turismo, en el que se repotencien los emprendimientos comunitarios y se fortalezcan las políticas de desarrollo del turismo interno, del mismo modo se tiene que promover la idea de que las actividades turísticas no pueden centrarse solamente en la persona, sino también en la naturaleza que nos alberga.

Los nuevos escenarios en el turismo son evidentes y se han desarrollado muchos estudios que plantean las tendencias del mercado de los viajes en el mundo, a partir del 2021. Expedia Group (2021), a través de Wakefield Research, hizo una encuesta a 16000 personas, mayores de 18 años, en ocho mercados representativos de sus países, siendo éstos: EE.UU., Canadá, México, Reino Unido, Francia, Alemania, Japón y Australia, reportando nuevas tendencias en las decisiones de viaje, luego de vivir los meses más difíciles de la pandemia, encontrando algunas características como: “ Cuando les preguntamos qué destino elegirían para irse de vacaciones, los usuarios respondieron "un lugar cerca al que se pueda ir en auto". En 2020, la gente se sintió más cómoda viajando a lugares cercanos, a los que se podía llegar en auto, y creemos que esta tendencia continuará en el corto plazo.” Asimismo, el estudio plantea que los viajeros están buscando lugares que aseguren una estancia saludable, que cumplan protocolos de bioseguridad, actividades al aire libre, conexión a internet, que se mejoren los servicios para recepción de mascotas y flexibilidad en tarifas y cancelaciones.

### **2.3 La necesidad de ocio:**

El ocio es un concepto que tiene diversidad de formas de ser abordado, está asociado al tiempo libre y a las actividades que no forman parte del ámbito laboral, es decir el ocio es un concepto opuesto a las actividades humanas ineludibles, como trabajar y estudiar.

“Ante la pregunta qué es ocio, numerosas son las definiciones que podemos encontrar. No es el momento de pasar revista a todas ellas, pero nuestro punto de partida debe ser considerar los elementos que éstas contienen y que, de alguna manera, constituyen los referentes configuradores del ocio. Por un lado, los componentes más objetivos, que son las actividades y el tiempo dedicado a ellas y por otro, los componentes subjetivos, como la actitud y el significado del ocio” (Águila, 2008, p.81)

El ocio como necesidad es planteado por Manfred Max Neef, Antonio Elizalde y Martín Hopenhayn, en su teoría del desarrollo a escala humana, en la que se plantea que el desarrollo tiene que estar enfocado en el hombre y que, para lograrlo, es necesario tener una idea clara de las necesidades que experimenta en su vida, entendiendo que, si se satisface las necesidades humanas, se logra un estado de bienestar personal y social.

“Se ha creído, tradicionalmente, que las necesidades humanas tienden a ser infinitas, que están constantemente cambiando, que varían de una cultura a otra y que son diferentes en cada periodo histórico. Nos parece que tales suposiciones son incorrectas, puesto que son producto de un error conceptual” (Neef, Elizalde, & Hopenhayn, 2010)

Las necesidades humanas planteadas por los autores son nueve: la de subsistencia, protección, afecto, entendimiento, participación, ocio, creación, identidad y libertad; El planteamiento de Neef y sus colegas, es ampliamente disruptivo, porque establece que las necesidades no son infinitas, sino determinadas y más bien plantea dos conceptos alternos que ayuda a completar la lógica de la necesidad y ese es el satisfactor y el bien económico.

“El típico error que se comete en la literatura y en el análisis acerca de las necesidades humanas es que no se explica la diferencia fundamental entre lo que son propiamente necesidades y lo que son satisfactores de esas necesidades. Es indispensable hacer una distinción entre ambos conceptos —como se demostrará más adelante— por motivos tanto epistemológicos como metodológicos” (Neef, Elizalde, & Hopenhayn, 2010, p.16).

Los elementos que se complementan, en el proceso de satisfacción de las necesidades, son tres: la necesidad propiamente dicha, el satisfactor, que son amplios y diversos y los bienes económicos, los objetos y artefactos que ejecutan la función de un satisfactor. “En el contexto de nuestra propuesta ha de entenderse, como ya quedo dicho, que las necesidades no solo son carencias, sino también, y simultáneamente, potencialidades humanas individuales y colectivas. Los satisfactores, por otra parte, son formas de ser, tener, hacer y estar, de carácter individual y colectivo, conducentes a la actualización de necesidades. Bienes económicos, por último, son objetos y artefactos que permiten afectar la eficiencia de un satisfactor, alterando así el umbral de actualización de una necesidad, ya sea en sentido positivo o negativo” (Neef, Elizalde, & Hopenhayn, 2010)

Los satisfactores, entonces son aquellos elementos que contribuyen con la satisfacción de la necesidad, éstos si son diversos y relacionados a la cultura de cada individuo y sociedad. “De la clasificación propuesta se desprende que, por ejemplo, la alimentación y el abrigo no deben considerarse como necesidades, sino como satisfactores de la necesidad fundamental de subsistencia. Del mismo modo, la educación (ya sea formal o informal), el estudio, la investigación, la estimulación precoz y la meditación son

satisfactores de la necesidad de entendimiento. Los sistemas curativos, la prevención y los esquemas de salud, en general, son satisfactores de la necesidad de protección” (Neef, Elizalde, & Hopenhayn, p.17).

El ocio está comprendido en la taxonomía de las necesidades para el logro del desarrollo a escala humana, porque el uso del tiempo libre de manera creativa, educativa, inspiradora y satisfactoria contribuye al bienestar pleno de las poblaciones.

#### **2.4 Turismo satisfactor de ocio:**

El Turismo vienen siendo definido desde el siglo pasado, muchas definiciones, pero ningún consenso único, definitivamente todas las que existen tienen razones que sustentan su estructura, pero podemos destacar que, siendo la Organización Mundial del Turismo (OMT), el organismo oficial de su planificación y desarrollo en el mundo, siempre se la toma en cuenta como un referente ponderado para el entendimiento de esta actividad.

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico” (OMT, 2000)

Un fenómeno es la evidencia de la existencia de algo y tiene la capacidad de mostrarse a través de su apariencia y posteriormente de su esencia. Puede entenderse como: “Toda manifestación que se hace presente a la consciencia de un sujeto y aparece como objeto de su percepción.” (RAE, 2021), es el aspecto que tiene un objeto o hecho, sumado a su razón de ser.

El turismo como fenómeno debe entenderse en dos planos, su apariencia, expresada en todas las manifestaciones materiales y sensibles a la experimentación humana, como la planta turística, los atractivos, la accesibilidad, la comunidad receptora y las organizaciones; y la esencia de este llamado fenómeno que es la capacidad de generación de bienestar, tanto para los turistas que buscan experiencias inolvidables, como para los operadores turísticos y la comunidad receptora, que esperan un intercambio respetuoso y rentable al presentar una oferta turística significativa.

La característica central que se evidencia en la definición de la OMT, es que el turismo sugiere un desplazamiento de personas de un origen a un destino, en el que desarrollan una serie de actividades que suponen un gasto turístico a cambio de la satisfacción de su necesidad de ocio. Adicionalmente podemos considerar algunos conceptos que nos ayuden a definir más acertadamente al turismo y en relación con la teoría de las necesidades de Manfred Max Neef, se considera que el turismo puede definirse como un satisfactor de la necesidad de ocio.

Como se plantea en la teoría de Neef, existe una taxonomía de las necesidades humanas que pretenda ser la base para el futuro planteamiento de políticas públicas que contribuyan con el desarrollo a escala humana. Según el autor existen varios tipos de satisfactores, entre los que se encuentran; los violadores o destructores, pseudo satisfactores, satisfactores inhibidores, singulares, sinérgicos y los exógenos y endógenos.

El turismo puede calificar como un satisfactor Sinérgico:

“Los satisfactores sinérgicos son aquellos que por la forma en que satisfacen una necesidad determinada, estimulan y contribuyen a la satisfacción simultánea de otras necesidades. Su principal atributo es el de ser contrahegemónicos en el sentido de que revierten racionalidades dominantes tales como las de competencia y coacción” (Neef, Elizalde, & Hopenhayn, 2010, p.28)

El turismo es un satisfactor sinérgico de la necesidad de ocio que estimula y contribuye a la satisfacción de la necesidad de subsistencia, protección, afecto, entendimiento, participación, ocio, creación, identidad y libertad. “No existe correspondencia biunívoca entre necesidades y satisfactores. Un satisfactor puede contribuir simultáneamente a la satisfacción de diversas necesidades o, a la inversa, una necesidad puede requerir de diversos satisfactores para ser satisfecha. Ni siquiera estas relaciones son fijas. Pueden variar según el tiempo, el lugar y las circunstancias” (Neef, Elizalde, & Hopenhayn, 2010).

Cuando se viaja se contribuye con la mejora de la salud física y emocional, aportando así a la necesidad de subsistencia; hacer turismo enfatiza y desarrolla cualidades como autonomía y solidaridad, relacionados con la necesidad de protección; un viaje turístico

refuerza el amor propio, el orgullo personal por el logro del objetivo de viaje, establece vínculos y lazos con amigos, familia y pareja, aumenta el amor y respeto por la naturaleza y la cultura, razones que fomentan la satisfacción de la necesidad de afecto; hacer turismo es una escuela de vida, desarrolla nuestra conciencia crítica, la creatividad, la curiosidad que es el paso previo al logro de nuevos conocimientos, viajar te autoforma como persona y como profesional en el área que uno se desempeña, pues visitar lugares nuevos nos ayudan a reconocer en la experiencia ajena enseñanzas para la vida, fomentando así la satisfacción de la necesidad de entendimiento; la pandemia de COVID 19 ha sumido al mundo en desgracia, pero también ha hecho florecer aspectos positivos como la solidaridad con los más necesitados y un caso particular es el turismo, los viajeros reconocen el golpe duro que esta situación ha traído a los destinos turísticos, por lo que participan en programas de recuperación de esta actividad en sus localidades, viajan para ayudar a traer de vuelta al turismo y antes de la pandemia los viajeros se comprometían con causas nobles como voluntariados, salvaguarda de la naturaleza y la cultura, acciones que contribuyen con la satisfacción de la necesidad de participación; viajar por turismo, también permite el logro de la necesidad de creación, pues estar en un lugar que no es el habitual genera una mayor capacidad inventiva, aplicada a todos los ámbitos de nuestra vida; La necesidad de identidad se satisface cuando se logra desarrollar un sentido de pertenencia, de orgullo local o nacional y cohesión, pudiéndose lograr a través del turismo, tanto por los visitantes que reconocen lo valioso de sus regiones, como por las comunidades receptoras que ratifican la valía de sus pueblos, cuando son visitados por turistas externos a su realidad y finalmente establecer que la actividad turística permite la satisfacción de la necesidad de libertad, cuando se experimenta autonomía al viajar como individuo o grupo, enfrentando los desafíos que trae el estar lejos de casa.

### **2.5 La necesidad de ocio en pandemia:**

La pandemia de COVID 19, ha dejado claro que el turismo es extremadamente frágil, que los principales destinos que se cierran en estos entornos de crisis sanitaria son los internacionales y que la actividad que se basa en los encuentros y las reuniones en centros turísticos, no son posibles.

El Perú como destino turístico ha estado en constante crecimiento desde el 2017, que es cuando nuestro país y la región norte, en particular, tuvieron que vivir los embates de la naturaleza, expresados en los desbordes de los ríos con el consiguiente efecto de la inundación de las ciudades, situación que desestabilizó a la población y fue difícil recuperarse; luego de ese año las cosas mejoraron y el turismo no dejó de crecer, siendo así el número de turistas, tanto nacionales como extranjeros, que viajaron por el país el 2019, fueron nueve millones; estos auspiciosos números no significaron nada, de marzo del 2020 en adelante, pues la pandemia obligó al cierre de fronteras y dejar en cero la llegada de turistas al Perú y a todo el mundo.

Para Julio de 2020 la economía nacional se estaba reactivando y se inician los trabajos para tratar de adaptarse a la nueva normalidad, empezando la tarea de diseño y validación de los protocolos de bioseguridad para los establecimientos turísticos, el aeropuerto internacional recién inició a operar con vuelos nacionales en agosto de 2020 y los vuelos internacionales de solo cinco destinos en América Latina, fueron reactivados en octubre del mismo año.

En este contexto la necesidad de ocio se vio disminuida y en los primeros meses de confinamiento, prácticamente bloqueada, ya que las personas estaban protegiendo la vida y la salud, como prioridad fundamental.

Posteriormente a esta realidad, las personas empezaron a hacer uso de su tiempo libre en actividades creativas ligadas al arte, como la danza, pintura, música, entre otros; generándose un alto índice de individuos que iniciaron procesos de aprendizaje de cocina y pastelería de manera remota, ya que el confinamiento en casa los obligaba a preparar sus propios alimentos los que, en muchos periodos de la pandemia, estuvieron escasos.

En nuestro país se desarrolló un estudio de demanda sobre intención de viaje de los turistas peruanos, en el mes de Julio de 2020, determinando que éstos, estarían dispuestos a viajar a fines de año, principalmente a entornos locales, regionales o nacionales, especificando que buscarían actividades al aire libre (PromPerú, 2020)

Esta realidad nos plantea que la actividad turística ha sido una de las más afectadas por la pandemia, pero que también muestra una larga trayectoria de superación de crisis

ambientales, sociales y sanitaria, el turismo se resiste a desaparecer porque es uno de los satisfactores más destacados de la necesidad de ocio. Las personas están esperando que la crisis sanitaria termine para volver a viajar, porque consideran que esta actividad es ampliamente satisfactoria y contribuye con su felicidad.

Teniendo en cuenta lo expuesto en este documento, creemos que es hora de plantear un nuevo turismo, una actividad que enfatice en la importancia de los connacionales como turistas internos, que cuando viajan contribuyen económicamente con sus propios paisanos y que su dinero se reinvierte en el lugar donde viven, es importante destacar que fortaleciendo el turismo interno, se está asegurando la sensibilización y reeducación de los viajeros, fortaleciendo la identidad nacional y el compromiso con el desarrollo del país.

Este tipo de turismo debería ser gestionado a través de las municipalidades provinciales y distritales, las mismas que deberán asegurar la presencia de profesionales en turismo en sus dependencias, para que cada espacio del Perú o del mundo, con condiciones básicas de accesibilidad y seguridad, puedan tener una propuesta de turismo interno integrador. La idea de este planteamiento no es negar la importancia del turismo extranjero, sino más bien, es equilibrar la ponderación que se le da a ese segmento, en relación con el nacional.

## CONCLUSIONES

- 1) La pandemia de la COVID 19 es uno de los hechos, que ha causado la mayor disrupción en el planeta, en los últimos años.
- 2) La satisfacción de la necesidad de ocio promueve la salud emocional y física de las personas y comunidades, contribuyendo con el bienestar social, en un contexto de desarrollo a escala humana.
- 3) En base a la teoría de las necesidades a escala humana, podemos decir que el turismo es considerado principalmente, un satisfactor de la necesidad de ocio del tipo sinérgico, porque tiene la capacidad de aportar en la satisfacción de las ocho necesidades restantes que son: la de subsistencia, protección, afecto, entendimiento, participación, creación, identidad y libertad.
- 4) Las crisis sociales, ambientales o sanitarias, afectan drásticamente al turismo, manifestándose en una disminución inmediata de visitantes, prioritariamente extranjeros, por lo que se debe considerar el fortalecimiento del turismo interno, como un promotor sostenible de las economías circulares y un generador de sentimientos de orgullo y compromiso nacional y local.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acerenza, M. (2006). Conceptualización, origen y evolución del turismo. México: Trillas .

Aguila, C. (2008). Sobre el ocio y la postmodernidad, un análisis sociocrítico. Madrid: Wanceulen.

Bernal, C. (2016). Metodología de la Investigación. Colombia: Pearson.

Caballero Lopez, J. E. (09 de 2009). <http://scielo.isciii.es>. Obtenido de <http://scielo.isciii.es/pdf/mesetra/v55n216/revision.pdf>

CONCYTEC, & Universidad de Dubai. (2020). El Mundo Post Covid: Escenarios Posibles y cambios en los paradigmas. Centro para Estudios del Futuro - Universidad de Dubai.

EXPEDIA GROUP. (2021). Preferencias de viajes en 2021. Un estudio global, muestra las mejores opciones para aumentar las reservaciones y los ingresos. EXPEDIA GROUP.

Guerrero, P., & Ramos, M. (2016). Introducción al Turismo. México: Grupo Editorial PATRIA.

Hall, M. (2005). El Turismo, como ciencia social de la movilidad. Madrid : Editorial Síntesis .

John, A. (2016). Normas Basicas de Higiene del Entorno en la atención sanitaria. India: Organizacion Mundial de la Salud. Obtenido de <http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/246209/9789243547237-spa.pdf;jsessionid=98A5D7C69806F077F4D7F5B862DCA0BB?sequence=1>

Neef, M., Elizalde, A., & Hopenhayn, M. (2010). Desarrollo a escala humana. Opciones para el futuro. Madrid: Biblioteca Ciudades para un futuro mas sostenible (CF+S).

OMS. (16 de Febrero de 2020). Organización Mundial de la Salud. Obtenido de <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19>

OMT. (24 de Marzo de 2021). <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>. Obtenido de <https://www.unwto.org>

OPS . (14 de Febrero de 2020). Organización Panamericana de la Salud . Obtenido de <https://www.paho.org/es/temas/coronavirus>

Promperú. (2020). Intención de viaje del turista peruano. Lima: TurismoIn.

Quesada Castro , R. (2007). Elementos del Turismo . San José - Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia .

RAE. (16 de agosto de 2021). Diccionario de la lengua española. Obtenido de <https://dle.rae.es/condici%C3%B3n>

Rodulfo, J. (2 de Agosto de 2019). Juan Rodulfo. Obtenido de <https://juanrodulfo.com/por-que-maslow-como-usar-su-teoria-para-permanecer-en-el-poder-por-siempre-por-juan-rodulfo/>