

Staycation: la tendencia que marcará la Semana Santa en América Latina

Ciudad de México, 9 de abril de 2025. — Semana Santa está cada vez más cerca, y mientras muchas personas en América Latina ya piensan en maletas y boletos, una tendencia gana fuerza y está transformando la manera de vivir este periodo vacacional: el *staycation*. Esta práctica no solo refleja un cambio en los hábitos de viaje, sino que también abre una ventana de oportunidades para el turismo local y urbano en la región.

El término *staycation* proviene de la combinación de *stay* (quedarse) y *vacation* (vacaciones), y hace referencia a los descansos que se disfrutan sin salir de la ciudad o explorando destinos cercanos. En lugar de emprender largos trayectos, muchas personas optan por aprovechar lo que ofrece su propia localidad o escaparse a lugares accesibles a pocas horas, como hoteles, spas, espacios culturales o entornos naturales, señala Andrea Echavarría Rodríguez, Client Services Director de la célula de Tourism and Hospitality en [another](#), agencia de comunicación estratégica con la oferta de servicios más grande de América Latina.

Esta opción se ha vuelto especialmente relevante en América Latina, donde factores económicos, sociales y ambientales impulsan la búsqueda de alternativas vacacionales más sostenibles, prácticas y asequibles. Y las cifras respaldan esta tendencia.

Una región en movimiento... aunque más cerca

Durante la Semana Santa de 2024, el turismo en América Latina registró un importante nivel de actividad. En México, por ejemplo, se estimó una [derrama económica de 275 mil millones de pesos](#), con más de 12 millones de turistas movilizados. En Argentina, [más de 3.2 millones de personas](#) viajaron dentro del país, mientras que en Brasil, el interés por los viajes nacionales se tradujo en [más de 420 millones de búsquedas en plataformas como Omnibeas](#), con destinos costeros y urbanos a la cabeza.

Pero el *staycation* en Brasil va mucho más allá. Esta preferencia se reflejó claramente en Semana Santa 2024, cuando las ciudades más buscadas fueron **Río de Janeiro** (149 millones de búsquedas), **São Paulo** (80 millones), **Búzios** (46 millones), **Porto Seguro** (26 millones) y **Maceió** (25 millones), [según datos del propio Ministerio de Turismo](#), mostrando una fuerte inclinación por combinar descanso, cultura y experiencias locales sin necesidad de vuelos ni grandes desplazamientos.

En **Colombia**, el fenómeno también gana relevancia. En ciudades como **Bogotá**, hoteles y establecimientos han desarrollado **paquetes de staycation** que incluyen experiencias culinarias, de bienestar y relajación. Esta tendencia se refuerza con la creciente

ocupación hotelera urbana en ciudades como **Medellín**, **Cartagena** y **Cali**, donde la industria turística apuesta por ofrecer planes de fin de semana largo que integran spas, *rooftops*, brunches temáticos y recorridos culturales. Así, los viajeros colombianos encuentran alternativas para vivir algo diferente sin salir de su entorno inmediato, comenta la experta en turismo.

Estos datos no solo reflejan la magnitud del turismo en la región, sino también un claro auge del turismo de cercanía. En este contexto, el *staycation* se posiciona como una alternativa cada vez más popular entre quienes buscan un equilibrio entre descanso, presupuesto y accesibilidad.

Una oportunidad económica, cultural y sostenible

Lejos de ser simplemente unas “vacaciones en casa”, el *staycation* ofrece múltiples beneficios:

- **Económicos:** reduce gastos en transporte y logística, lo que permite a más personas acceder a experiencias de descanso. Además, impulsa el consumo local en sectores como hospedaje, gastronomía, entretenimiento y servicios.
- **Culturales:** fomenta el redescubrimiento de los atractivos de la propia ciudad o región, fortaleciendo el orgullo comunitario y la valoración del patrimonio local.
- **Ambientales:** al disminuir los desplazamientos largos, contribuye a una menor huella de carbono y promueve un turismo más responsable.

Cómo vivir un *staycation* con intención

Echavarría Rodríguez destaca que esta tendencia representa una gran oportunidad tanto para los viajeros como para la industria turística local: *“Algunos viajeros eligen no ir lejos y prefieren disfrutar de destinos locales o incluso quedarse en casa, pero aprovechando eventos, spas o actividades cercanas. Esta tendencia, conocida como ‘staycation’, es especialmente relevante en ciudades como Ciudad de México, Guadalajara o Monterrey. Es importante ofrecer opciones experienciales para quienes desean evitar las aglomeraciones, pero quieren aprovechar los días de asueto para hacer algo distinto”*, dijo.

Echavarría también señala una microtendencia en crecimiento dentro del fenómeno: *“Ha aumentado la demanda de turismo rural, especialmente en zonas cercanas a la naturaleza. La desconexión digital sigue siendo una motivación importante, y muchas personas buscan hospedarse en cabañas, ranchos o casas de campo”*.

Mientras América Latina se prepara para una nueva Semana Santa, el *staycation* se perfila como una alternativa versátil, enriquecedora y alineada con los nuevos hábitos

another

de viaje. Porque a veces no hace falta ir lejos para desconectar... basta con mirar alrededor.

-o0o-