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

**Santiago de Chile, 10 de abril de 2025. ––** Semana Santa está cada vez más cerca y, mientras muchas personas en América Latina ya piensan en maletas y pasajes, una tendencia que gana fuerza 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, Client Services Director de la célula de Tourism and Hospitality en [***another***](https://another.co/?utm_source=Semana+Santa+Chile&utm_medium=Semana+Santa+Chile&utm_campaign=Semana+Santa_Chile)**,** 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 Chile, por ejemplo, [se proyectaron 1.132.888 viajes](https://www.subturismo.gob.cl/2024/03/25/semana-santa-2024-subsecretaria-de-turismo-proyecta-mas-de-un-millon-100-mil-viajes-en-todo-chile/) entre el jueves 28 y el domingo 31 de marzo. Esto representó un aumento del 0,2% en comparación con años anteriores. Las cuatro zonas preferidas para visitar en este primer fin de semana largo del año fueron: Valparaíso, O'Higgins, Maule y Santiago.

En México, por su parte, se estimó una [derrama económica de 275 mil millones de pesos](https://www.concanaco.com.mx/prensa/comunicados/en-semana-santa-turistas-nacionales-y-extranjeros-gastaran-mas-de-275-mil-mdp-en-mexico), con más de 12 millones de turistas movilizados. En Argentina, [más de 3.2 millones de personas](https://www.aer.org.ar/semana-santa-2024-viajaron-32-millones-de-turistas/) 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 Omnibees](https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/descubra-os-principais-destinos-procurados-pelos-brasileiros-para-a-semana-santa), con destinos costeros y urbanos a la cabeza.

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**

El fenómeno del *staycation* muestra una fuerte inclinación por combinar descanso, cultura y experiencias locales sin necesidad de vuelos ni grandes desplazamientos. Pero, 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 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. En esta línea, es importante ofrecer opciones experienciales para quienes desean evitar las aglomeraciones, pero quieren aprovechar los días libres para hacer algo distinto”,* comenta.

Así mismo, Echavarría también señala una microtendencia en crecimiento dentro del fenómeno: *“Vemos que 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, parcelas o casas de campo”*, afirma*.*

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

-o0o-