

2023

INFORMES EN CONTRASTE

28 TURISMO RESPONSABLE

POLÍTICAS PÚBLICAS EN TURISMO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

Análisis comparado

ERNEST CAÑADA Y ÉRICA SCHENKEL





INFORMES EN CONTRASTE
28

Políticas públicas en turismo en América Latina y el Caribe: análisis comparado.

Ernest Cañada y Érica Schenkel

Alba Sud Editorial

Serie Informes en Contraste, núm. 28, 2023

Este informe se publica en el marco del proyecto “Reactivació turística post-COVID19: alertes contra l’increment de desigualtats globals”, impulsado por Alba Sud con el apoyo de la Agencia Catalana de Cooperación al Desarrollo (convocatoria 2021).



Del texto:

Ernest Cañada y Érica Schenkel



De esta edición:

Alba Sud Editorial

info@albasud.org

www.albasud.org

Diseño gráfico: [Sauló, Vinyes i Pins SCCL](#)

Imagen de portada: Teotihuacán, México, por Carla Izcara

Barcelona, 2023

ISBN: 978-84-09-55657-1



Ernest Cañada

Doctor en Geografía e investigador postdoctoral en la Universitat de les Illes Balears. Entre sus publicaciones más recientes con Alba Sud destacan: *El malestar en la turistificación. Pensamiento crítico para la transformación del turismo* (en coedición con Clément Marie dit Chirot e Ivan Murray, Icaria Editorial, 2023); [Turismos de proximidad: demanda de una política pública](#) (en coautoría con Carla Izcara y Raül Valls, Alba Sud Editorial, Informes en Contraste, núm. 23); [Turismo y memorias de la Guerra de España. Una propuesta de Educación para Justicia Global](#) (en coautoría con Carla Izcara y Raül Valls, Alba Sud Editorial, Informes en contraste, núm. 24, 2023); [Reactivación turística y transformaciones del trabajo. Barcelona, escenario de precariedad](#) (en coautoría con Carla Izcara, Alba Sud Editorial, Informes en contraste, núm. 21, 2022); [Válvulas verdes. Parques urbanos en el Área Metropolitana de San Salvador](#) (en coautoría con Xenia Ortiz, Alba Sud Editorial, Informes en contraste, núm. 20, 2022); [Transformar el turismo desde la proximidad. ¿Cómo abordamos el debate en Cataluña?](#) (en coautoría con Carla Izcara, Alba Sud Editorial, Informes en contraste, núm. 19, 2022); [Turismos de proximidad, un plural en disputa](#) (coeditado con Carla Izcara, Icaria Editorial, 2021); [Caminos hacia un turismo puesto-capitalista](#) (en coautoría con Robert Fletcher, Asunción Blanco-Romero, Macià Blázquez-Salom, Ivan Murray Mas y Filka Sekulova, Alba Sud Editorial, Informes en contraste núm. 18, 2021); [#TourismPostCOVID19. Turistificación confinada](#) (en coedición con Ivan Murray, Alba Sud Editorial, 2021); [Precariedad laboral y viviendas de uso turístico. Alertas por una reactivación postpandemia](#) (en coautoría con Carla Izcara, Alba Sud Editorial, Informes en contraste, núm. 16, 2021); [SESC Bertioga, donde el turismo social construye la esperanza](#) (Alba Sud Editorial, Informes en contraste, núm. 17, 2020); [Turistificación global: perspectivas críticas en turismo](#) (coeditado con Ivan Murray, Icaria Editorial, 2019).



Érica Schenkel

Doctora en Ciencias Sociales con mención en Ciencias Políticas y Administración Pública. Docente de la Universidad Nacional del Sur (UNS), investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) de Argentina y colaboradora de Alba Sud. Es miembro de la Alianza para la Formación y la Investigación en Turismo Social de la OITS y del Grupo de Investigación en Gobierno, Administración y Políticas Públicas del Instituto Universitario de Investigación José Ortega y Gasset. Desarrolla como líneas de investigación las temáticas vinculadas al turismo en sus aspectos políticos y sociales, particularmente el abordaje de la política turística y el turismo social en Latinoamérica. En esta área cuenta con la publicación de libros, capítulos de libros, entradas de enciclopedias y diccionarios, conferencias y diferentes artículos en revistas científicas de la especialidad de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, México, España y Perú. En 2017 publicó el libro: "Política Turística y Turismo Social, Una Perspectiva Latinoamericana" (CICCUS y CLACSO) y en 2019 [Turismo social en América Latina. Aprendizajes de las experiencias regionales](#) (Alba Sud Editorial, Informes en Contraste, 20).

RESUMEN

A partir de un análisis de políticas comparadas entre diferentes países de América Latina y el Caribe, el presente informe explica la incidencia que han tenido los Estados en la orientación que ha tomado la actividad turística en la región. De este modo, busca responder cómo han intervenido en estos modelos de desarrollo los marcos normativos sancionados y las políticas públicas orientadas a su gestión, para finalmente indagar en sus impactos en los ámbitos nacionales y locales, en relación con los propósitos públicos que pregonan, como la generación de ingresos y empleo, la reducción de la pobreza, la revalorización del patrimonio local, el cuidado del ambiente y el bienestar general. Para ello, se presenta un recorrido histórico que permite identificar qué otras políticas turísticas existieron antes de la consolidación de una determinada orientación durante la década de 1980, articulada hacia el mercado internacional; y, finalmente, valorar qué ha supuesto la pandemia de la COVID-19 para el turismo y su posterior reactivación en términos de políticas públicas. Los resultados alcanzados evidencian una apuesta bastante generalizada que supuso el abandono de un patrón turístico y económico más independiente por otro, que genera más dependencia externa, basado en el fortalecimiento del turismo receptivo y la promoción externa como principal política sectorial.

Palabras clave: América Latina y el Caribe; COVID-19; políticas públicas en turismo; turismo.



ÍNDICE

Imagen de Carla Izcara. Cartagena, Colombia..

| | |
|---------|----------------------------------------------------------------------------|
| pág. 6 | 1. Introducción |
| pág. 7 | 2. Marco conceptual |
| pág. 13 | 3. Antecedentes: expansión del turismo doméstico |
| pág. 19 | 4. Crisis de la deuda e impulso del turismo internacional |
| pág. 25 | 5. Dinámicas económicas diferenciadas |
| pág. 29 | 6. Intervenciones públicas para consolidar el turismo internacional |
| pág. 31 | 7. Resultados controvertidos de la estrategia turística |
| pág. 37 | 8. Turismo nacional: entre la invisibilidad y la posibilidad |
| pág. 41 | 9. Conclusiones |
| pág. 46 | Referencias |

1. INTRODUCCIÓN

Las políticas turísticas en América Latina y el Caribe acumulan más de un siglo de recorrido. Sin embargo, desde las ciencias políticas y sociales no han sido un campo de análisis especialmente prolífico. En buena medida, parecen haber quedado fuera de los marcos de debate ideológicos y políticos, a diferencia de lo que ocurre en otros ámbitos sectoriales como, por ejemplo, la salud, la educación o el empleo, donde es mucho más fácil identificar distintas posiciones en el arco ideológico de izquierda a derecha que encuentran su traducción después en acciones políticas concretas. En consecuencia, las políticas centradas en el turismo parecen referirse meramente a cuestiones de gestión técnica, como si no hubiera una carga ideológica en cada una de las decisiones tomadas por los gobiernos. **El nexa entre el Estado y el sector privado para impulsar y fortalecer el desarrollo del turismo ha logrado ocultar la variedad de intereses y posibilidades en juego.** Esta alianza se intensificó a partir de la crisis de la deuda en la década de 1980 con el desarrollo de las políticas neoliberales de ajuste estructural bajo el marco del Consenso de Washington (Sanahuja, 2001; Ramos, 2003) y el **impulso del mercado internacional como mecanismo para facilitar inversiones y captar divisas**, en una lógica que logró imponerse en el Sur Global más allá de América Latina y el Caribe (Dieke, 1995). Pareciera que el campo de la política turística quedara reducido a cómo aplicar ese recetario, dejando fuera los grandes debates políticos e ideológicos que sí se han logrado mantener en otros ámbitos sectoriales. Los intereses empresariales han logrado imponerse como consenso político y, por tanto, lo que quedaría en juego sería cómo adaptarse mejor a cada uno de esos escenarios para facilitar ese marco general de política.

En este informe lo que pretendemos es, a partir de un marco conceptual para el análisis de las políticas públicas en turismo, explicar qué otras perspectivas existieron antes de la consolidación de una determinada orientación durante la década de 1980; qué procesos facilitaron el consenso en torno a un núcleo básico de medidas de política turística articuladas hacia el mercado internacional; y, finalmente, valorar qué ha supuesto la pandemia de la COVID-19 para el turismo y su posterior reactivación en términos de políticas públicas.

2.

MARCO CONCEPTUAL

Desde sus orígenes, la actividad turística presenta una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura a escala global, por delante incluso del automotriz, petrolero, electrónico o alimentario (Bianchi, 2019). Este dinamismo ha ocasionado un evidente interés de los gobiernos nacionales, regionales y locales, que ven en el turismo una oportunidad de desarrollo. Ante una economía cada vez más internacionalizada, la actividad se presenta como una oportunidad para atraer divisas, generar ingresos y empleo y, así, superar situaciones de crisis y estancamiento (Bote y Marchena, 1996; Lamb, 1998; Monfort, 2000; Scott, 2011). Esto sucede especialmente en países de América Latina y el Caribe, en muchos casos obligados a insertarse en el mercado internacional a partir de su oferta turística (Echeverri, Estay-Niculcar y Rosker, 2012), a causa de decisiones políticas que han reducido sus posibilidades con otras actividades económicas y por la necesidad de hacer frente al pago de la deuda externa, que a su vez ha condicionado agendas multilaterales.

El abordaje del turismo desde lo privado vacía del Estado de sus funciones de regulación y control, para convertirlo en un mero facilitador y promotor.

En este marco, la Organización Mundial del Turismo (OMT) –a partir de 2024 llamada ONU Turismo– afirma que el Estado se debe limitar a intervenir solo cuando existan fallas de mercado, estructuras imperfectamente competitivas, existencia de bienes públicos o externalidades (OMT, 1998, 2001). Para sostener que el gran reto de la política turística actual es “compatibilizar el principio de libertad de mercado y de empresa con la preservación de las ventajas estructurales que aseguren la continuidad de la actividad en unas condiciones adecuadas” (2001, p.166). Es decir, instituye un análisis del turismo como asunto público, esencialmente económico, que limita la intervención estatal solo en aquellos casos que lo requiera la competitividad del sector. Este abordaje del turismo desde lo privado, vacía del Estado de sus funciones de regulación y control, para convertir al aparato estatal en un mero facilitador y promotor de la actividad (Bianchi, 2019).

Tales axiomas han tenido un fuerte poder de influencia en el andamiaje de las políticas sectoriales, particularmente en países con sistemas democráticos endebles como los latinoamericanos y caribeños. En estos contextos, el sector empresarial suele ocupar un lugar protagónico en los procesos de toma de decisiones (Blázquez, Cañada y Murray, 2011; Enríquez et al., 2012), en muchos casos, incluso directamente, a partir de organismos de gestión mixta (Schenkel, 2021). Entre estos entes mixtos, los **organismos de promoción turística** (OPT) –también conocidos como “organismos nacionales de turismo” (OMT, 2005)–, adquieren preponderancia en las agendas públicas

2.
MARCO
CONCEPTUAL

a fin de proyectar una imagen integradora y positiva en mercados ahora globales y altamente competitivos, que, al mismo tiempo que exigen homogeneidad con la demanda de determinado estereotipo de productos; reclaman rasgos de autenticidad, para poder posicionarse en una estructura cada vez más concentrada (Harvey, 2005). De este modo, los OPT, a pesar de surgir como simples entes operativos, para ejecutar las políticas formuladas por la autoridad pública, suelen convertirse en verdaderos “organismos de gestión de destinos”, y reúnen competencias tradicionalmente asociadas a la propia administración –como el análisis y el estudio del sector, la planificación y la creación de nuevos productos y la dinamización de la oferta– (González Reverté e Izzard, 2010). Esto otorga al empresariado una importante gravitación en la estrategia de mercadeo proyectada, que no sólo determina qué lugares y atributos se activarán como atractivos turísticos, sino que condiciona también las modalidades por implementar y sus formas de acceso.

En este marco, **desde la década de 1990, diversos gobiernos de América Latina y el Caribe fortalecieron sus estrategias de internacionalización turística en un giro de orientación que abandonó los esfuerzos por un desarrollo turístico más endógeno.** De este modo, comenzaron a montar sus estrategias de Marca País a partir de sus atractivos turísticos (Ramos y Noya, 2006; Echeverri, Estay-Niculcar y Rosker, 2012). Así quedó de manifiesto en la *XVIII Reunión Ordinaria de Presidentes de Centroamérica* (1996), conocida como la *Declaración de Montelimar*, por el hotel de la cadena Barceló en la que se realizó el encuentro (Cañada, 2013), donde se



Imagen de Carla Izcara. Grupo de turistas en Teotihuacán, México.

2.
MARCO
CONCEPTUAL

declaró al turismo como sector estratégico y prioritario para el desarrollo regional y se impulsaron una serie de acciones en las áreas de la promoción, facilitación, legislación, inversión y cooperación con el sector privado, tendientes a impulsar su desarrollo de cara al siglo XXI. En una misma línea, en la *I Reunión Iberoamericana de Ministros de Turismo* (SEGIB, 2001), se acordó la necesidad de consolidar el potencial del turismo a través del fomento de una conciencia turística, de la descentralización y de la cooperación público privada.

En su anclaje local, estas políticas turísticas de estímulo a la actividad, aparecen como la “esperanza de los territorios”, capaces de generar el desarrollo de las comunidades, contribuir al crecimiento y diversificación de sus economías, revalorizar sus identidades y el patrimonio local (Decroly, 2010). No obstante, la puesta en marcha de estas activaciones da lugar a distintos resultados, no solo en términos de la obtención efectiva de estos beneficios, sino también en torno a los diversos impactos que genera, en cuestiones sociales, como procesos de despojo y desalojo de poblaciones locales (Oehmichen, 2010; Silva, 2023); culturales, como la pérdida de patrimonio local, mercantilización de la cultura (Smith, 2011); ambientales, como la sobreexplotación de recursos, transformación de ecosistemas, contaminación (Blázquez, Cañada y Murray, 2011; Pantojas, 2022); e, incluso, económicas, como el incremento del gasto público, efectos de desplazamiento sobre otros sectores, aumento de precios, fuga de divisas (Dwyer 1993; Shi, 2012; Carrascal y Fernández, 2015), y de la calidad del tipo de empleo generado (Cañada, 2015). Además, aparecen dificultades en aspectos organizacionales (Tritz, 2010; Bell, 2010; Verduzco, 2010). Las altas expectativas locales suelen toparse con los mecanismos que finalmente se implementan para llevar a cabo dichas valorizaciones y la materialización de estas iniciativas en el territorio, que pueden dificultar, limitar y marginar la implicancia de las comunidades, sus costumbres y relaciones con ese entorno natural y cultural y su propia cotidianidad.

A pesar de tener un menor protagonismo, también se han impulsado otras formas de producir y consumir turismo, que aspiran alcanzar desarrollos más inclusivos, solidarios y responsables.

A pesar de tener un menor protagonismo en la agenda sectorial, también se han impulsado políticas turísticas asociadas a otras formas de producir y consumir turismo, que aspiran alcanzar desarrollos más inclusivos, solidarios y responsables. Bajo estos propósitos aparecen iniciativas de turismo social, destinadas a facilitar el acceso al tiempo libre y las oportunidades de viaje en sectores postergados, así como diversas experiencias de turismo asociativo, cooperativo y de gestión comunitaria, que buscan la promoción del desarrollo y la solidaridad a partir del turismo (Ruiz-Ballesteros y Vintimilla, 2009). En muchos casos, estas políticas han apoyado y favorecido el desarrollo de experiencias de gestión colectiva que muestran la voluntad de poblaciones locales organizadas por incrementar el control sobre cómo se organiza y cómo se redistribuyen sus beneficios. Aunque, muchos de estos ejemplos se topan con dificultades para consolidarse a largo plazo o enfrentan a un problema de escala, dado el lugar marginal que suelen ocupar en la agenda sectorial (Schenkel y Cañada, 2021).

De este modo, **la política turística constituye un espacio fragmentado y contradictorio en el cual, si bien asume la centralidad el Estado,**

2.
MARCO
CONCEPTUAL

también participan diversos actores públicos, económicos y sociales que dinámicamente ocupan un lugar relevante en el proceso de toma de decisiones tendiente a conducir el desarrollo de la actividad. Cada uno de estos actores se moviliza según sus intereses, pretendiendo influir, condicionar, bloquear o activar las decisiones públicas, en favor de su propio beneficio. Esto implica asumir determinadas posiciones acerca de ¿qué tipo de desarrollo turístico se desea implementar?, ¿en base a qué propósitos?, ¿para el beneficio de qué sectores de la población?, ¿qué perfil de visitante se prioriza?, ¿qué modalidades, recursos y componentes se activan?, y ¿cuáles quedan excluidos? En cada uno de estos interrogantes, suelen haber diferentes apreciaciones entre los actores debido al interés particular que cada uno representa. Estas posiciones divergentes evidencian los efectos (re)distributivos que toda política pública genera (Dente y Subirats, 2014), con grupos sociales que se verán beneficiados con su desarrollo, y muchos otros que se verán perjudicados, sea por quedar marginados de las ventajas que la política genera o por tener que cargar con sus costos.

Partiendo de esta malla argumentativa, **entendemos por política turística el conjunto de decisiones y acciones impulsadas por actores gubernamentales, a veces en colaboración con actores privados y/o comunitarios, que tratan asuntos diversos de interés público relativos al desarrollo del turismo en un territorio determinado.** A partir de esta conceptualización identificamos cuatro elementos esenciales para el abordaje de las políticas sectoriales:



Chile. Imagen de Patricio Hurtado en Pixabay.

2.
MARCO
CONCEPTUAL

1. Si bien las políticas turísticas implican aquellas acciones y decisiones que afectan específicamente al sector, esto no implica desconocer la necesidad de integrar en su análisis otras políticas públicas (como la política económica, la social, la ambiental, la internacional, de derechos humanos, la sanitaria, la laboral), que no fueron formuladas para el sector, sino que influyen en este indirectamente, a veces incluso más que las propias políticas turísticas. Esto implica reconocer la importancia de abordar el “contexto” en el cual se estructuran y accionan las políticas turísticas.
2. Las políticas públicas en turismo son formalizadas por actores gubernamentales, pero surgen y se ejecutan a partir de redes público-privadas, a través de la participación del sector empresarial y/o de asociaciones sociales y comunitarias. En las últimas décadas, el sector empresarial ocupó un lugar protagónico en los procesos de toma de decisiones (Blázquez, Cañada y Murray, 2011), en muchos casos, incluso directamente, a partir de organismos de gestión mixta (Schenkel, 2021). Estos organismos, proclamados técnicos y apolíticos, formalizan la participación de inversores, profesionales y cámaras ligadas al sector, en muchos casos incluyendo a los principales actores transnacionales de la comercialización turística.
3. Las demandas sectoriales que se incorpora a la agenda de un gobierno como “asuntos públicos” implican una selección de múltiples cuestiones que surgen vinculadas al desarrollo del turismo en un territorio (priorizando el tratamiento de alguna de ellas y, en consecuencia, excluyendo muchas otras que permanecen desatendidas), y, asimismo, implica una determinada conceptualización de esa demanda como problema público (y no otras múltiples posibles definiciones). Esto beneficia a determinados actores y lugares y perjudica a otros tantos. Por eso las políticas turísticas como todas las políticas públicas tienen un efecto redistributivo con mayores o menores niveles de equidad en función de las correlaciones de fuerzas existentes.
4. Las políticas públicas en turismo surgen y se implementan en un ámbito de competencia determinado, aunque, en esta realidad global e interconectada, su incidencia geográfica aparece cada vez más difusa, con un fuerte poder de incidencia en su andamiaje de otros actores (sean estos nacionales, internacionales o subnacionales). En este punto, destacamos la necesidad de abordajes interescales (Smith, 2020) preocupados y atentos de las particularidades territoriales, y al mismo tiempo, de los procesos históricos (sociales, políticos, económicos y ambientales), que se activan en dicho espacio.

A partir de este marco de referencia conceptual, el informe desarrolla un análisis comparado entre las políticas públicas de turismo en América Latina y el Caribe. Este campo de estudio adquiere especial relevancia en el contexto regional, no solo por el escaso conocimiento disponible, sino también por el lugar destacado que desde hace décadas ocupa la actividad turística en las agendas públicas nacionales y locales como estrategia de desarrollo socioeconómico. Asimismo, sin omitir el contexto anglosajón

y europeo, el informe profundiza en la realidad latinoamericana y caribeña, a partir de sus particularidades teóricas y prácticas. El ámbito de las políticas públicas en la región se suele circunscribir a un proceso principalmente endógeno, reducido a un escaso grupo de participantes, con pocos mecanismos de organización y participación política (Scartascini et al., 2011; Spiller y Tommasi, 2011). Estas fragilidades tienen el riesgo de dejar la construcción de políticas públicas en dominio y beneficio de unos pocos, que intentan cooptar las instituciones estatales en favor de su propio beneficio, y más aún en un ámbito como el turismo, conducido predominantemente por un sector empresarial, que participa activamente en el proceso de toma de decisiones.



Ecuador. Imagen de Alejandro Miranda en Pixabay.

3.

ANTECEDENTES: EXPANSION DEL TURISMO DOMÉSTICO

El abordaje del turismo en las políticas públicas en América Latina y el Caribe, lejos de ser un fenómeno reciente, hay que situarlo a principios del siglo XX. La intervención pública en el fomento del turismo se vio condicionada, de un lado, por los intereses políticos vinculados a la consolidación de unos Estados de constitución aún reciente que vieron en el turismo un potencial mecanismo de control del territorio, cohesión e identidad nacional, con un claro uso geopolítico, y, por otro, por las necesidades de integración de las masas en un contexto de rápida urbanización y de riesgo de conflicto social.

De ser una práctica exclusivamente elitista, con el cambio de siglo, el turismo empezó a ampliarse progresivamente hacia otros sectores sociales, en parte gracias a unas políticas públicas que vieron en esta actividad la posibilidad de resolver diversos problemas. Con esta impronta aristocrática, inició la creación de los primeros centros turísticos que posteriormente irían ampliando sus públicos: en Argentina (Mar del Plata), Chile (Viña del Mar) y, posteriormente, Uruguay (Pocitos, Piriápolis y Punta del Este) y Brasil (Río de Janeiro), que atrajeron también una fuerte presencia de población de origen migrante y con una mayor costumbre de organizar sus vacaciones (Pastoriza, 2011; Campodónico y de Cunha, 2012).

Tras desarrollarse como una actividad de los sectores sociales más pudientes, **en muchos de estos países la incorporación del turismo a la agenda política a inicios del siglo XX vino marcado por un interés geopolítico de ejercer control sobre el territorio en áreas de frontera y, a su vez, civilizatorio.**

El turismo fue valorado por su potencialidad para consolidar una soberanía nacional en Estados de reciente creación y con conflictos internos.

El turismo fue valorado por su potencialidad para consolidar una soberanía nacional en Estados de reciente creación y con conflictos internos, que reflejaban intentos independentistas de pueblos del interior que no se sentían representados por el Estado Nación, con débil capacidad para consolidarse. Desde esta perspectiva hay que entender, por ejemplo, los esfuerzos por la ampliación del tendido de vías de comunicación o la creación de parques nacionales. A

través del turismo, se tomaba control y se pretendía posibilitar el acceso a todo el territorio, con lo cual se esperaba favorecer la consolidación de una cierta identidad nacional y a su vez el control del territorio en zonas de frontera. Para ello, además de poder llegar a todos los confines de los respectivos países, se puso en juego diversos componentes naturales y culturales que fueron patrimonializados y que luego adquirieron un uso turístico que reforzó esta dinámica. Son los casos, por ejemplo, de los parques

3.
METODOLOGÍA
Y CASOS DE
ESTUDIO

nacionales de Nahuel Huapi e Iguazú (creados en 1934) y Los Glaciares, Los Alerces, Lanín, Perito Moreno y Laguna Blanca (creados en 1937) en Argentina; de los parques nacionales Vicente Pérez Rosales (de 1926), Archipiélago de Juan Fernández y Rapa Nui (ambos de 1935) en Chile; de los parques nacionales de Itatiaia (de 1937) y de Iguazú y de la Sierra de los Órgãos (ambos de 1939) en Brasil; o de los parques nacionales de Iztaccíhuatl-Popocatepetl (de 1935) y Los Mármoles (de 1936) en México. En paralelo, la extensión de la “frontera turística” implicó diferentes formas de relación con los pueblos indígenas que habían resistido en los territorios más alejados de los mayores centros de población y control del Estado. Esto implicó dinámicas de exterminio en algunos casos, o cuanto menos su intento, y en otras se buscaron formas de imponer ideologías de mestizaje e integración. En cualquier caso, esta toma de control de todo el territorio nacional, afirmada también a través de las infraestructuras turísticas, amplió las zonas de tensión entre las poblaciones indígenas con el Estado.

Por otra parte, **a partir de la década de 1940 el otro gran dinamizar de las apuestas públicas en este sector fue el desarrollo del turismo social.** En esos años hubo una creciente atención sobre el tiempo de ocio y de recreación de las clases trabajadoras. En América Latina, esto se producía cuando los esfuerzos por fortalecer el sector industrial habían dado lugar a un acelerado proceso de urbanización, acompañado de una creciente presencia de las masas en la vida pública a través de sindicatos y partidos políticos de clase. Estos procesos se produjeron fundamentalmente en la mayoría de los países sudamericanos, Costa Rica y México, en la medida que fue donde se concretó un intento de fortalecer la industria para sustituir importaciones. Sin embargo, en el resto de países de Centroamérica y el Caribe continuó un modelo extractivista de carácter agrario y minero (Guerra, 1997).

Las luchas obreras por la reducción de la jornada laboral a 8 horas primero, y por el descanso en los fines de semana después, dieron paso a la reivindicación de las



Chadapmadal. Fuente: Estrella Herrera, gentileza del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, Gobierno de Argentina.

3.
METODOLOGÍA
Y CASOS DE
ESTUDIO

México, Brasil, Dinamarca
y Francia fueron de los
primeros países en ratificar
la Convención sobre
vacaciones pagadas de
la OIT del 1936.

vacaciones pagadas. Fueron reconocidas por primera vez en Francia en 1936, cuando el gobierno del Frente Popular de Léon Blum aprobó su obligatoriedad durante dos semanas al año. Esto se produjo después de intensas huelgas en todo el país, que terminaron con la firma de los Acuerdos de Matignon del 7 y 8 de junio de 1936 entre el gobierno, la patronal y los sindicatos, y en los que se incluyó esta demanda obrera (Cross, 1989). Poco después, el 24 de junio de ese mismo año, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) aprobó su Convención sobre las vacaciones pagadas, que contó entre los primeros países que la ratificaron a México (09/03/1938), Brasil (22/09/1938), Dinamarca (22/06/1939) y Francia (23/08/1939). Progresivamente, empezaron a ser reconocidas en distintos países, tanto en Europa como en América Latina.

Al mismo tiempo, se produjo una fuerte discusión sobre cómo organizar ese tiempo de vacaciones, con qué infraestructuras, a través de qué instituciones y con qué contenidos. Una de las formas de organizar ese tiempo de ocio era el consumo pasivo a través del mercado, pero también se formularon diversas propuestas políticas de signo contrario que pretendían encauzarlo en formas distintas. Instituciones religiosas, organizaciones sindicales y asociaciones obreras, partidos socialistas y comunistas, y también otros de carácter fascista, propusieron múltiples iniciativas con las que organizar ese ocio obrero que ganaba relevancia con el reconocimiento de las vacaciones pagadas. Esta diversidad de planteamientos y objetivos estará presente también en la forma en la que cristalizará el turismo social. En unos lugares se expresó como una suerte de reformismo social preventivo en búsqueda de paz social, que supuso un intento de control e integración de las clases trabajadoras ante la amenaza de su creciente organización en sindicatos de clase y del interés por encauzar el ocio obrero dentro de un determinado orden aceptable para los intereses de la burguesía (Cheibub, 2014). En otros casos puede interpretarse como la voluntad de institucionalizar demandas sociales en la búsqueda de una mayor equidad y bienestar de las masas trabajadoras, y cabe entenderse como el resultado de las conquistas obreras (Falcão, 2009; Schenkel, 2017, 2019), con experiencias destacadas como las políticas públicas impulsadas por el gobierno del Frente Popular en Francia (Cross, 1989) o las orientaciones para la democratización del acceso al turismo que se llevaron a cabo en los años cuarenta en Argentina (Schenkel, 2017; Torre y Pastoriza, 2002). En la Unión Soviética de los años veinte y treinta, la primera experiencia de gobierno socialista impulsó un novedoso programa de vacaciones orientado a sus trabajadores (Koenker, 2013); e incluso hubo lugares donde se estableció como forma de encuadrar a las clases trabajadoras y adoctrinarlas bajo principios de los fascismos de los años treinta (Baranowsky, 2004; Spode, 2004). La promoción de actividades deportivas con las que exaltar determinados sentimientos nacionales fue una de las actividades de ocio privilegiadas por este tipo de regímenes de carácter fascista (Broder, 2019).

En América Latina y El Caribe, de igual modo que en Europa, destaca con un carácter pionero el desarrollo de iniciativas vinculadas al turismo social en Argentina, Brasil y Colombia. Sin embargo, su expansión en el resto del continente se produce mayormente durante la década de 1970 (Falero, 2007; Olea, 2012; Schenkel,

3.
METODOLOGÍA
Y CASOS DE
ESTUDIO

2017). En el caso de Argentina, se implementaron las primeras políticas públicas de turismo social a partir de 1945, cuando el gobierno del Primer Peronismo reconoce en el turismo un área clave para el desarrollo de políticas públicas y la intervención del Estado. Esto se materializa con la incorporación de la actividad en la agenda pública asociada a la estrategia de “democratización del bienestar” (Torre y Pastoriza, 2002), que buscaba hacer efectivo el derecho a las vacaciones pagadas (Decreto 1740/45). Para ello, el Estado articuló y promovió una extensa oferta hotelera, que incluía los alojamientos de las empresas ferroviarias británicas (nacionalizadas), los establecimientos dependientes de la antigua repartición de Parques Nacionales y otros trasferidos por las provincias y expropiaciones a privados. A partir de estos alojamientos y de nuevos edificios construidos por el Ministerio de Obras Públicas, se puso en marcha un sistema estatal de colonias de vacaciones en los principales destinos del país. Esas medidas contribuyeron a consolidar un proceso de ampliación social del ocio que se había iniciado con el avance de las clases medias y que a partir del peronismo incluye a parte de los sectores populares.

Para los casos de Brasil y Colombia, los inicios de turismo social marcan un proceso de articulación público-privada, mediante la intervención del Serviço Social do Comércio (SESC) y las Cajas de Compensación Familiar, respectivamente. El SESC constituye un comité de empresarios de los sectores del comercio, servicios y turismo, que funciona desde 1946, orientado principalmente al bienestar de los empleados de sus empresas



Imagen de Carla Izcara. Grupo de turistas en la Comuna 13, Medellín, Colombia.

3.
METODOLOGÍA
Y CASOS DE
ESTUDIO

Para los casos de Brasil y Colombia, los inicios de turismo social marcan un proceso de articulación público-privada, mediante la intervención del Serviço Social do Comércio (SESC) y las Cajas de Compensación Familiar, respectivamente.

y sus familias, a quienes brindan propuestas educativas, de alimentación, salud, ocio y turismo. Su gestación estuvo condicionada por los cambios estructurales que se estaban produciendo en el país, así como los debates políticos e ideológicos que desde diversas perspectivas se plantearon en torno a la cuestión social. En el momento de su constitución, los mismos empresarios convencieron al gobierno para crear una legislación que obligara a las empresas a formar parte de este proceso. Este sistema de financiamiento ha brindado a estas instituciones una gran estabilidad financiera a lo largo de más de setenta años y ha garantizado su continuidad hasta la actualidad (Cañada, 2020a). Por su parte, las Cajas de Compensación Familiar en Colombia son asociaciones sin fines de lucro de naturaleza solidaria, que surgen principalmente a mediados del siglo XX como administradoras del subsidio familiar creado con carácter obligatorio en 1957, en el marco del pacto económico, político y social firmado por la Junta Militar (Decreto 118/57). En un país que atravesaba una profunda crisis política y estructuralmente desigual en términos socioeconómicos, dicho subsidio procuraba que los asalariados fueran compensados de manera solidaria de los beneficios que genera el capital, actuando como mecanismo redistributivo (Arango, 2012; Schenkel, 2019).

Posteriormente, en el caso de Chile, durante la década de 1970 destaca la iniciativa de creación de una amplia red de balnearios populares que promovió del gobierno de la Unidad Popular bajo la presidencia de Salvador Allende. Con el impulso de estas infraestructuras se pretendía fomentar el acceso de los sectores populares al desarrollo de actividades turísticas. Por otro lado, en México el gobierno impulsó una serie de programas de turismo social para facilitar que los sectores de menor poder adquisitivo pudieran acceder a estas actividades entre las décadas de 1970 y 1980. Así, se crearon diversas iniciativas a cargo de distintas instituciones públicas, como centros vacacionales en áreas rurales, albergues juveniles, una agencia de viajes, o apoyos para iniciativas ejidales y comunitarias (Osorio, González y Hernández, 2024).

De este modo, el crecimiento de las actividades industriales en aquellos países que complejizaron el modelo agropecuario y minero (Guerra, 1997), originó un aumento de las tasas de empleo y de las capacidades de consumo y de ahorro. Esto estimuló un proceso de movilidad social ascendente que amplió el acceso de bienes y servicios antes exclusivos de una elite, entre los que se incluyen las prácticas turísticas. En esta expansión de la actividad turística (Pastoriza, 2011), la movilización de las clases trabajadoras, fue clave forzando mejoras laborales asociadas al descanso y al ocio, articulando con los programas estatales y, en muchos casos, construyendo infraestructura turística propia, a partir de sus sindicatos. Es la etapa del paso de un modelo de ocio minoritario a otro más masivo, asociado a la ampliación de la distribución del ingreso. Estos viajes de veraneo se caracterizaban por largas estadías, una fuerte estacionalidad estival y la utilización del ferrocarril como medio de transporte, que luego compite con el automóvil particular y el autobús. Los hoteles de mayor lujo empezaron a perder protagonismo frente a formas de alojamiento más modestas, como los hoteles estatales, sindicales y asociativos, las viviendas particulares de uso

turístico y el camping. De este modo, a partir de las décadas de 1950 y 1960 se fue consolidando en la geografía latinoamericana toda una serie de centros turísticos, sobre todo en las costas, orientados hacia un consumo turístico de masas de procedencia local, como ilustran ejemplos de los distritos centrales de Puntarenas y de Limón y Playas del Coco en Costa Rica (Cordero, 2011).

Paralelamente a esta expansión de la actividad asociada al mercado interno, **se consolidaron también distintos territorios orientados hacia el turismo internacional**, fundamentalmente de origen estadounidense. Cuba fue el gran centro turístico hasta que en 1959 la Revolución puso fin a ese modelo, muy vinculado también con la presencia de grupos mafiosos de Estados Unidos, y a partir de entonces durante la primera década del nuevo periodo se vivió una expansión del turismo nacional (Navarro, 2011; Salinas y Salinas, 2007). Posteriormente, Acapulco ocupó un lugar privilegiado para acoger ese turismo de élites de carácter internacional, especialmente de origen estadounidense (Bergeret, Quintero y Gordillo, 2017; Espinosa, 2004). No obstante, desde los años setenta se empezaron a sembrar las bases de lo que en las décadas siguientes sería el boom del turismo internacional en América Latina y el Caribe y que condicionaría las dinámicas turísticas en el conjunto de la región.

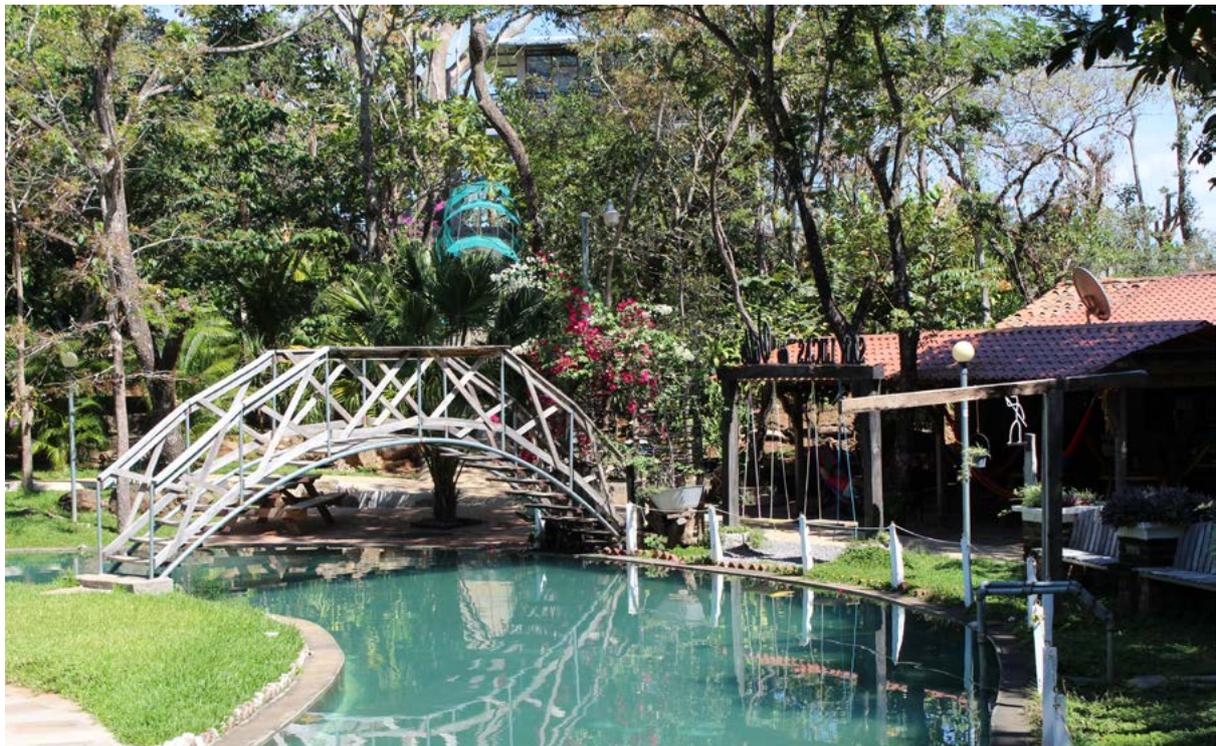


Imagen de Carla Izcara. Turicentro de El Salvador.

4.

CRISIS DE LA DEUDA E IMPULSO DEL TURISMO INTERNACIONAL

A partir de la **crisis del petróleo de 1973**, comenzó el despliegue de un modelo de producción de corte liberal, que se afianzaría a partir de la década del 1980 con el impacto del **endeudamiento externo**. Desde entonces, sucesivos gobiernos en la región impulsaron políticas de orientación neoliberal, promovidas bajo el denominado **Consenso de Washington** y su paquete de reformas estándar, vinculadas a las privatizaciones, desregulación de la economía y flexibilizaciones laborales. Esto implicó la desarticulación progresiva de los proyectos del Estado Benefactor en aquellos países que habían logrado iniciarlo. El modelo de acumulación y producción aperturista socavó las estructuras laborales formales, aumentando la pobreza y concentrando el ingreso (CEPAL, 2010).

Previamente, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Fondo Monetario Internacional (FMI), aunque también otros organismos del sistema de Naciones Unidas, impondrían desde mediados de los años 60 el turismo internacional como estrategia de desarrollo (NNUU, 1963), condicionando la asignación de créditos externos a la puesta de marcha de políticas que lo promovieran. Así, **se promovió la idea de que la llegada de divisas a través del turismo lograría reducir el**



Chile. Imagen de Katermikesh en Pixabay.

4.
CRISIS DE LA
DEUDA E INICIO
DEL TURISMO
INTERNACIONAL

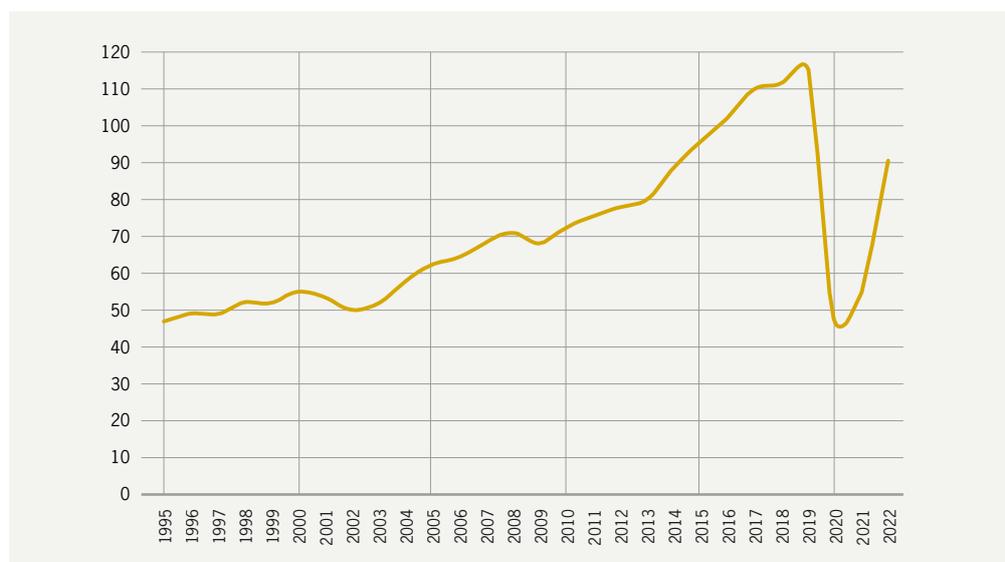
déficit en su balanza de pagos y disminuiría la pobreza. Esto implicó políticas de apertura y ventajas fiscales para el capital extranjero (Lanfant, 1980; Thalasselis, 2020). La crisis de la deuda externa durante la década de 1980 aceleró y amplió esta estrategia. Así, por ejemplo, en Costa Rica, este cambio afectó al Consejo Nacional de Producción (CNP), en funcionamiento desde 1956. Después de años de establecer precios preferentes para la producción de maíz, arroz y frijoles del campesinado, en 1985 dejó de hacerlo, con lo cual perdieron su principal mercado. Esta fue una de las exigencias del II Programa de Ajuste Estructural con el que se pretendía reducir el peso del Estado y liberalizar la economía de aquel país centroamericano. Posteriormente, desde el gobierno se promovieron otros cultivos orientados hacia el mercado internacional y se empezó a estimular un turismo de naturaleza (Cañada, 2020b).

Se asignó un rol prioritario en las políticas públicas al fortalecimiento del turismo receptivo y el posicionamiento externo para atraer inversiones y turistas.

El resultado de estas orientaciones fue una **apuesta generalizada de los Estados por el fortalecimiento del turismo receptivo y el posicionamiento externo para atraer inversiones y turistas.** Así, se le asignó un rol prioritario en las políticas públicas, siguiendo las orientaciones de las instituciones multilaterales (Thalasselis, 2020). Este proceso se reforzó a partir de la década de 1990, cuando las políticas de orientación neoliberal empezaban a ver sus efectos (Figura 1). Desde entonces, las llegadas internacionales a la región

de las Américas crecieron de manera sostenida para evidenciar tasas de aumento por casi tres décadas. La creciente internacionalización de estos flujos se sostuvo hasta la irrupción de la pandemia de la COVID-19.

Figura 1. Evolución de turistas internacionales en América Latina y el Caribe, 1995-2022 (unidad millones).



Fuente: UNWTO (2023) Compendium of Tourism Statistics.

4.
CRISIS DE LA
DEUDA E INICIO
DEL TURISMO
INTERNACIONAL

Si se analiza la contribución de los países de América Latina y el Caribe en estas llegadas internacionales se observa que no todos ellos participan del mismo modo, sino que hay un claro protagonismo de México (Tabla 1). Nótese que, en el último registro prepandemia, México recibió 45,02 millones de arribos para liderar ampliamente el ranking regional, en tanto que Argentina, se ubicó en segundo lugar, con 7,40 millones de llegadas, seguido por Brasil y por varias islas del Caribe como conjunto.

Tabla 1. Llegadas de turistas internacionales en América Latina y el Caribe por países, 2000-2022 (unidad millones).

| Países / Año | 2000 | 2010 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| México | 20,64 | 23,29 | 45,02 | 24,82 | 31,86 | 38,33 |
| Argentina | 2,91 | 6,80 | 7,40 | 2,09 | 0,30 | 3,89 |
| Brasil | 5,31 | 5,16 | 6,35 | 2,15 | 0,75 | 3,63 |
| Rep. Dominicana | 2,98 | 4,13 | 6,45 | 2,41 | 4,99 | 7,16 |
| Puerto Rico | 3,34 | 3,19 | 3,18 | 2,62 | 2,75 | 3,27 |
| Chile | 1,71 | 2,80 | 4,52 | S.D. | S.D. | 2,03 |
| Cuba | 1,74 | 2,51 | 4,26 | 1,09 | S.D. | S.D. |
| Colombia | 0,56 | 2,38 | 4,17 | 1,26 | 2,16 | 4,55 |
| Uruguay | 1,97 | 2,35 | 3,24 | 0,92 | S.D. | 2,47 |
| Perú | 0,80 | 2,30 | 4,37 | 0,90 | 0,44 | 2,01 |
| Costa Rica | 1,09 | 2,10 | 3,14 | 1,01 | 1,35 | 2,35 |
| Jamaica | 1,32 | 1,92 | 2,68 | 0,88 | 1,46 | 2,48 |
| El Salvador | 0,80 | 1,15 | 1,77 | 0,55 | 1,22 | 1,89 |

Fuente: UNWTO (2023) Compendium of Tourism Statistics.

El peso de México y, en menor medida, de varios países del Caribe, es claramente superior en número de llegada internacionales que el resto. La creación de Cancún en los años 70 bajo el modelo de los Centros Integralmente Planeados (CIP) impulsados por el Estado mexicano respondería a un esquema que ve en el turismo un mecanismo clave para la captura de divisas e inversiones, aunque implicara desde su nacimiento un alto nivel de segregación (García de Fuentes, 1979). Progresivamente, este desarrollo turístico se irá ampliando hacia otros territorios de la Península de Yucatán diversificando

**4.
CRISIS DE LA
DEUDA E INICIO
DEL TURISMO
INTERNACIONAL**

su oferta, pero siempre bajo este esquema de atracción del mercado exterior (Mcoy Cador, 2017). De hecho, la Península de Yucatán se ha convertido en el gran polo de desarrollo turístico de América Latina y el Caribe, que va mucho más allá de Cancún, e incluye en este proceso de turistificación a Isla Mujeres, Cozumel, Playa del Carmen, Tulum o Mérida y que en la actualidad se ve reforzado con la puesta en marcha del Tren Maya (Córdoba Azcárate, 2020; Jouault, 2021).

Estados Unidos y Canadá, seguidos de Europa, han sido los principales mercados del turismo internacional en ALC.

Por razones de proximidad, vínculos históricos y nivel de desarrollo económico, Estados Unidos y Canadá, seguidos de Europa, han sido los principales mercados del turismo internacional en ALC. Sin embargo, una mirada más atenta a las diferencias dentro de la región permite dar cuenta de dinámicas diferenciadas y complejas. Mientras que México y las subregiones de Centroamérica y el Caribe, se vinculan mayormente a los principales mercados emisivos globales vinculados a Norteamérica y Europa, en el cono sur, dichos flujos son relegados a un lugar secundario ante la prevalencia de mercados emisivos intrarregionales. En los países del Cono Sur predomina un visitante internacional de origen sudamericano. Entre estos últimos destaca ampliamente Argentina y Brasil, como los principales mercados emisivos.

Más allá de las cuestiones de cercanía geográfica, dichos flujos regionales y subregionales quedan condicionados también por el tipo de oferta y el modelo



Cata Café union de cooperativas, Nicaragua. Imagen de Ernest Cañada.

4.
CRISIS DE LA
DEUDA E INICIO
DEL TURISMO
INTERNACIONAL

de desarrollo turístico asociado a cada una de estas subregiones. En México, Centroamérica y el Caribe, la presencia de capitales transnacionales procedentes de Norteamérica y Europa ha estructurado una oferta vinculada a esos mismos mercados emisores que promueve el turismo de sol y playa en forma de resorts “todo incluido” y de turismo residencial sobre la línea de costa fundamentalmente. En cambio, en Sudamérica este capital internacional ocupa un lugar secundario en el desarrollo general, para limitarse a ciudades de importancia global (São Paulo, Buenos Aires, Bogotá, Quito, Santiago de Chile o Lima); destinos turísticos de gran envergadura como el Nordeste de Brasil, Punta del Este en Uruguay, Cartagena de Indias en Colombia, las Islas Galápagos en Ecuador, las Isla de Pascua en Chile o las Cataratas del Iguazú en Argentina o en algunas ciudades del área andina de Ecuador, como Cuenca, Cotacachi o Vilcabamba, aunque la agudización de la inseguridad ha dificultado su continuidad (Gascón y Cañada, 2016).

Por otra parte, en estos flujos internacionales hay algunas dinámicas más complejas, como el turismo que realiza la población migrante en otros países y que una vez logra regularizar su situación administrativa, regresa por vacaciones. Esta situación es especialmente importante en países como República Dominicana, El Salvador o Ecuador. Por otro lado, hay una parte del turismo internacional registrado que refleja una fuerte incidencia de flujos migratorios intrarregionales, sobre todo en aquellos países con oferta laboral y educativa y condiciones de seguridad, como Argentina o Costa Rica, que se posicionan como atractivas áreas receptoras especialmente entre sus países limítrofes. Como casos inversos, aparece Centroamérica, a excepción de Costa Rica, y en Venezuela, en Sudamérica, como los principales países expulsores de población en las últimas décadas.

En relación con las características predominantes de la oferta, la región ha estado muy centrada en la explotación de la naturaleza, en particular sus costas, bajo la modalidad de sol y playa (México, Caribe, Costa Rica, Brasil o Uruguay), aunque en algunos casos esto se combina con atracciones patrimoniales pre-colombinas de relevancia (México, Guatemala, Perú) o vinculadas a la colonización española, en particular en entornos urbanos (Nicaragua, Colombia) y áreas de conservación (Argentina, Costa Rica, Colombia) o turismo rural (México, Costa Rica, Colombia, Ecuador), complementados con turismo urbano y cultural (Ecuador, Chile, Brasil, Colombia y Argentina).

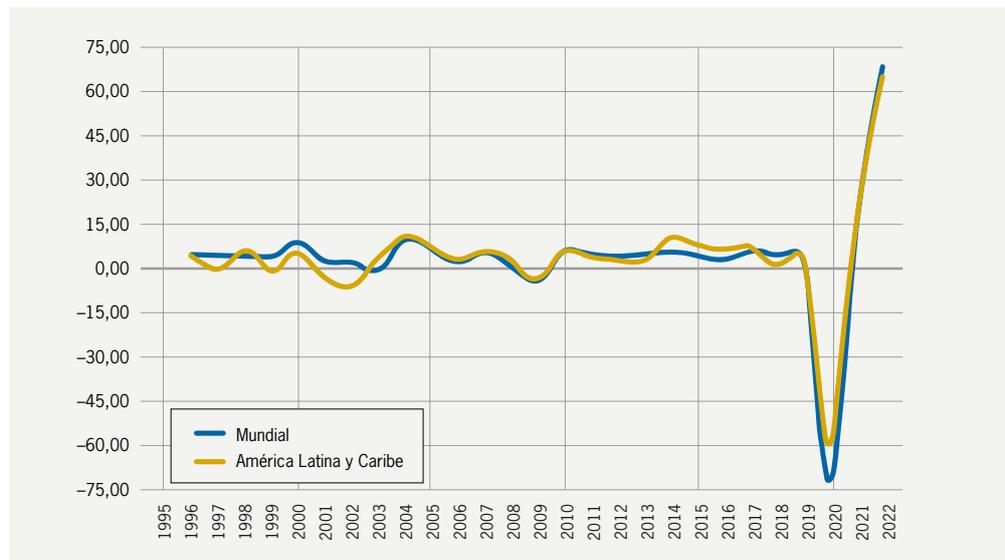
La reactivación posterior a la pandemia de la COVID-19 ha sido especialmente intensa en la región, con un patrón similar al del conjunto de la economía turística internacional.

Como en el resto del mundo, la **pandemia de la COVID-19 en 2020** supuso una fuerte crisis del turismo, y en especial de las llegadas internacionales. Sin embargo, la reactivación posterior ha sido

especialmente intensa en la región, con un patrón similar al del conjunto de la economía turística internacional (Figura 2). Cuando se analiza más detalladamente la situación en cada país, la reactivación, nuevamente, evidencia un despliegue contradictorio. Mientras la mayoría de los países de América del Sur aún no han recuperado los niveles de 2019, las subregiones del Caribe y Centroamérica, los han sobrepasado (Tabla 1). Esto por un lado muestra la situación socioeconómica en la que han quedado después de la pandemia la mayoría de los países sudamericanos, cuyo principal mercado emisor es

intrarregional, mientras que EE. UU. (principal país emisor de Caribe y Centroamérica), presentó una rápida recuperación, evidenciando mayores niveles de partida que en 2019. Esto a su vez explica que el mercado norteamericano haya crecido su participación en las llegadas internacionales de los países latinoamericanos, tal como se evidencia en México, Colombia y Argentina (Schenkel y Cárdenas, 2024).

Figura 2. Tasas de crecimiento anual de turistas internacionales mundial y de América Latina y el Caribe, 1996-2022.



Fuente: UNWTO (2023) Compendium of Tourism Statistics.

5.

DINÁMICAS ECONÓMICAS DIFERENCIADAS

La apuesta por el turismo internacional se ha traducido en mayor o menor medida en un incremento del peso de este sector en la economía de cada uno de los países. No obstante, los resultados obtenidos evidencian distintos niveles de dependencia con respecto a la actividad. En términos de Producto Interno Bruto (PIB), un indicador con muchas limitaciones, pero que puede servir de pista, hay un grupo de países en los que esta tiene un mayor peso, como México, República Dominicana, Costa Rica o Uruguay, y, otros con un menor peso, sobre todo en el Sur de la región, como Brasil, Ecuador, Chile o Argentina (Tabla 2).

Tabla 2. Ingresos directos por turismo como proporción del PIB total (%), 2019.

| País | % del PIB |
|------------------|-----------|
| Rep. Dominicana* | 11,26 |
| México | 8,61 |
| Uruguay | 7,00 |
| Costa Rica | 4,82 |
| El Salvador** | 3,52 |
| Chile | 3,31 |
| Colombia | 2,64 |
| Ecuador | 2,28 |
| Argentina | 1,77 |

Fuente: UNWTO. Tourism direct GDP as a proportion of total GDP (indicator 8.9.1).

*La fuente del dato de República Dominicana es su Banco Central (BCRD).

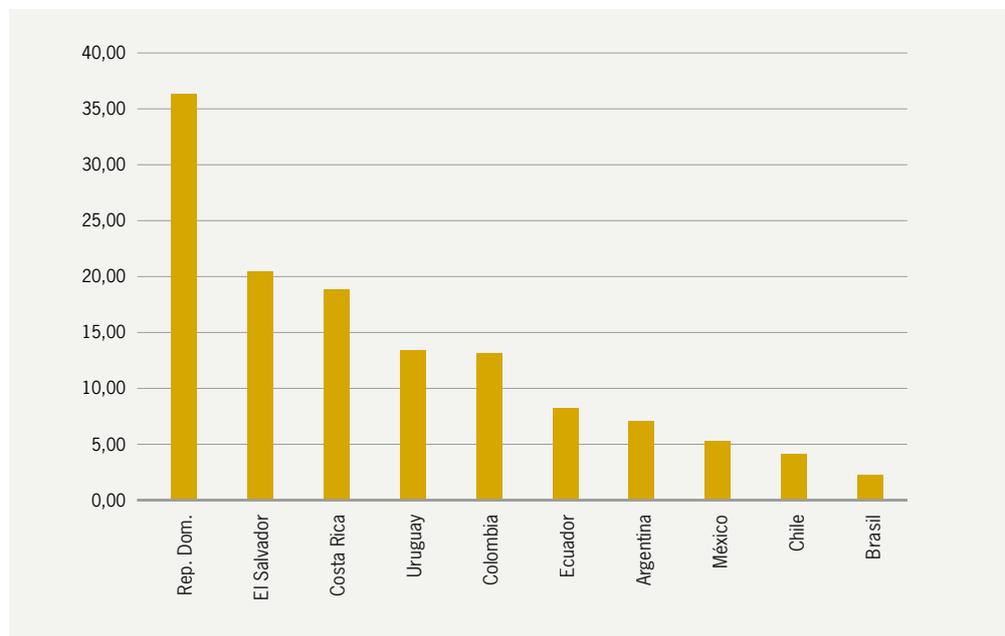
**Los últimos datos disponibles para El Salvador son de 2018.

El impacto del turismo en las exportaciones muestra dinámicas parecidas, aunque con algunos matices que muestran distintos niveles de dependencia en el comercio exterior, más allá de su peso específico expresado en su contribución al PIB (Figura 3). Por ejemplo, en el caso de República Dominicana se observa una mayor dependencia

5.
DINÁMICAS
ECONÓMICAS
DIFERENCIADAS

externa, con una participación superior al 35 %. Otros países, en cambio, tienen una participación muy baja, con niveles inferiores al 10 %, como Ecuador, Argentina, México y Chile. Y en medio, con tasas entre el 10 % y el 20 % hay otro grupo de países que incluye El Salvador, Costa Rica, Nicaragua, Uruguay, Colombia. Aquí, es necesario resaltar el caso de México, principal destino turístico de la región, con una baja incidencia de la actividad en las exportaciones, pero una alta contribución al PIB, que se explica por las mayores dimensiones de su economía, mucho más diversificada en el comercio exterior que otros países más dependientes del turismo, como República Dominicana.

Figura 3. Participación del turismo en las exportaciones totales (%), 2019.



Fuente: UNWTO (2023) Compendium of Tourism Statistics.

Las diferencias en el peso del turismo según los países se muestran aún con más evidencia cuando se tiene en cuenta sus dimensiones geográficas (número de llegadas por km²), demográficas (llegadas por cada mil habitantes) o de infraestructuras turísticas (número de camas por Km² o por cada 1.000 habitantes) (tabla 3). De este modo, a pesar del peso de México como principal destino de la región, en términos relativos, la preeminencia del turismo es mucho más significativa en países de menores dimensiones del Caribe (República Dominicana y Cuba) y de Centroamérica (El Salvador y Costa Rica).

5.
DINÁMICAS
ECONÓMICAS
DIFERENCIADAS

Tabla 3. Llegadas internacionales por diferentes dimensiones, 2019.

| Países | Llegadas por km ² | Llegadas por 1.000 habitantes | Camas turísticas por km ² | Camas turísticas por 1.000 habitantes |
|-----------------|------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|
| Rep. Dominicana | 132,28 | 592,72 | 4,65 | 23 |
| El Salvador | 82,40 | 281,85 | 0,78 | 3 |
| Costa Rica | 61,38 | 617,50 | 1,97 | 20 |
| Cuba | 38,77 | 376,42 | 0,97 | 9 |
| México | 20,78 | 359,92 | 0,80 | 13 |
| Uruguay | 18,39 | 945,16 | 0,20 | 10 |
| Nicaragua | 9,97 | 195,08 | 0,17 | 4 |
| Ecuador | 7,44 | 121,66 | 0,73 | 11 |
| Chile | 5,98 | 237,41 | 0,35 | 14 |
| Colombia | 3,65 | 83,09 | 0,46 | 11 |
| Argentina | 2,66 | 164,67 | 0,26 | 16 |
| Brasil | 0,75 | 30,03 | 0,28 | 11 |

Fuente: UNWTO (2023) Compendium of Tourism Statistics.

Por otra parte, algunos países de la región son también emisores turísticos. Argentina, Brasil y Colombia presentan una balanza turística negativa, dado que tienen más salidas de residentes que llegadas. Incluso, en los casos de Argentina y Brasil la diferencia entre el gasto receptor y emisor, según su aporte al Producto Bruto Interior da resultado negativo, es decir, es mayor el gasto realizado por turismo emisor que los ingresos generados por el receptor en relación con el PIB (Tabla 4). Cabe destacar que cuando se analizan estas tasas de salida de acuerdo con la población, Argentina muestra un claro predominio sobre los demás casos: con una salida al exterior por cada cinco residentes, contra una cada veinte de Brasil y una cada once residentes de Colombia. Es decir, las salidas de residentes argentinos al exterior cuadruplican las salidas de residentes de Brasil y duplican las de Colombia. Otros países que sobresalen del promedio por sus tasas de salida por población son Uruguay, Costa Rica y El Salvador, aunque quedan claramente por debajo de sus llegadas internacionales.

5.
DINÁMICAS
ECONÓMICAS
DIFERENCIADAS

Tabla 4. Llegadas, salidas, balanza y gasto turístico por países, 2019.

| Países | Salidas | Llegadas | Balanza turística | Gasto emisor sobre PIB | Gasto receptor sobre PIB | Diferencia ingresos y salidas en PIB | Salidas por población |
|-----------------|---------|----------|-------------------|------------------------|--------------------------|--------------------------------------|-----------------------|
| México | 19,81 | 45,02 | 25,21 | 1 | 2,1 | 1,1 | 0,16 |
| Argentina | 9,11 | 7,4 | -1,71 | 2,2 | 1,3 | -0,9 | 0,20 |
| Brasil | 10,63 | 6,36 | -4,27 | 1,2 | 0,3 | -0,9 | 0,05 |
| Colombia | 4,48 | 4,17 | -0,31 | 1,8 | 2,1 | 0,3 | 0,09 |
| Chile | 3,35 | 4,52 | 1,17 | 1,1 | 1,2 | 0,1 | 0,18 |
| Uruguay | 2,20 | 3,24 | 1,04 | 2,6 | 3,8 | 1,2 | 0,64 |
| Costa Rica | 1,15 | 3,14 | 1,99 | 2,3 | 6,6 | 4,3 | 0,23 |
| Rep. Dominicana | 0,53 | 6,45 | 5,92 | 1,2 | 8,4 | 7,2 | 0,05 |
| El Salvador | 1,33 | 1,77 | 0,44 | 2 | 6,2 | 4,2 | 0,21 |
| Nicaragua | 0,95 | 1,30 | 0,35 | 2,7 | 4,1 | 1,4 | 0,14 |
| Ecuador | 1,52 | 2,11 | 0,59 | 1,5 | 2,1 | 0,6 | 0,09 |
| Cuba | 0,65 | 4,26 | 3,61 | S.D. | S.D. | S.D. | 0,06 |

Fuente: Elaboración propia a partir de CEPALSTAT, 2024.

6.

INTERVENCIONES PÚBLICAS PARA CONSOLIDAR EL TURISMO INTERNACIONAL

En la mayoría de los países de América Latina y el Caribe se ha creado un marco legislativo favorable a esta apuesta por el mercado internacional y facilitar la llegada de inversiones. Buena parte de estas leyes formalizan la idea de un **“Estado Facilitador”** que, a través de la articulación público-privada, y la apuesta por el turismo internacional, están dando un nuevo impulso al desarrollo turístico. En algunos casos, como el de Nicaragua del gobierno de Daniel Ortega y Rosario Murillo, esta alianza público-privada llegó a una imbricación tal que llegó a caracterizarse como un **“Estado corporativo”**. En términos de planificación dicha normativa replica los principios del **Código Ético Mundial del Turismo**, para reivindicar cuestiones de sostenibilidad, competitividad y calidad y la formalización del turismo como **“derecho”** de las personas. Sin embargo, el núcleo básico de estas políticas es la creación de infraestructuras (aeropuertos, puertos, carreteras, servicios de agua, electricidad o internet), incentivos y flexibilidad en la aplicación de políticas ambientales, fiscales o laborales para facilitar la inversión y, finalmente, la promoción internacional. Las políticas públicas se ponen al servicio de la empresa privada tanto de los respectivos países como de carácter transnacional y, de hecho, se convierten en los grandes actores que orientan sus contenidos.

La relevancia económica que ha adquirido el turismo en las últimas décadas explica que en muchos países haya alcanzado rango ministerial autónomo a partir de los años 2000 por primera vez en su historia en países como Brasil, Argentina, Uruguay o Ecuador, aunque en alguno de estos casos con cierta inestabilidad. Asimismo, en la mayoría de los países han adquirido una especial preponderancia los organismos de promoción externa, a partir un proceso de articulación público-privada, como sucede con el EMBRATUR en Brasil, el CPTM en México, ProColombia en Colombia, PromPerú en Perú y el INPROTUR en Argentina; y la irrupción de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), como instancia operativa del Consejo Centroamericano de Turismo, en temas de integración y competitividad turística.

Estas **estrategias de promoción externa** asumen un claro protagonismo en la agenda sectorial para pasar a centralizar la mayoría del presupuesto en turismo. Si bien se suele reglamentar un financiamiento mixto, que reconoce la importancia que trae aparejada la promoción tanto para el gobierno como para el propio sector, en la práctica los aportes privados, como la autogeneración de recursos, terminan siendo mínimos o, incluso, inexistentes (Schenkel, 2021a). De este modo, se articula acciones diversas, como jornadas de formación sobre determinados productos turísticos, la difusión de publicaciones, la financiación de mega eventos de resonancia internacional,

6.
INTERVENCIONES
PÚBLICAS PARA
CONSOLIDAR
EL TURISMO
INTERNACIONAL

press trips para las revistas especializadas, *workshops* y *fam tours* para los grandes comercializadores y la asistencia a las principales ferias internacionales. Estas últimas suelen incluir un gran despliegue: parten de un stand de promoción, con la proyección de audiovisuales acerca de la oferta tematizada, para involucrar la presencia de diversos expositores, la presentación de shows musicales, la degustación de platos típicos e, incluso, la asistencia de algún personaje de relevancia en los ámbitos de la cultura, la ciencia o el deporte. Suelen involucrar un centenar de participantes, representantes de entidades privadas, asociaciones y federaciones, operadores turísticos, compañías aéreas, líneas de cruceros, hoteles; y delegaciones estatales, provinciales y municipales, asociaciones y representantes de los principales destinos integrados en las estrategias comunicacionales.

Sin embargo, cuando se avanza en el análisis de estas políticas para identificar su impacto socio territorial surgen múltiples interrogantes. Más allá de las distinciones con los que la industria de viajes suele premiarlas, con el reconocimiento al mejor stand o a la performance desplegada en las ferias turísticas, al primer destino u organismo de promoción o un ascenso en el prestigioso Ranking Marca País de Future Brad, los resultados obtenidos terminan siendo bastante cuestionados (Dwyer, 1993; Shi, 2012).



FIFA Fan Fest Rio. Tony Cavalcanti.

7.

RESULTADOS CONTROVERTIDOS DE LA ESTRATEGIA TURÍSTICA

La apuesta por este modelo de desarrollo basado en la promoción del turismo internacional ha tenido efectos limitados en términos de distribución de sus beneficios. Los costes de adaptación y facilidades para el desarrollo de estas actividades han sido elevados, pero a su vez ha incrementado la dependencia del exterior y reproduce relaciones asimétricas de intercambio (Thalasselis, 2020). En consecuencia, se consolidaron las dinámicas de dependencia de la región en su esquema de integración en la economía mundial (Cordero, 2003).

La contrapartida social de todos estos procesos de creación de espacios turísticos al servicio de reproducción del capital ha sido ahondar en dinámicas de despojo de **violencia estructural** (Devine y Ojeda, 2017). Por ejemplo, en El Salvador, la popularidad del gobierno de Nayib Bukele, gracias a una policía de militarización para acabar con las “maras”, a costa de una suspensión democrática y la vulneración de los derechos humanos, ha servido también para acallar voces críticas ante el despojo sistemático que se está produciendo en sus costas para facilitar la inversión turístico-inmobiliaria (Mala Yerba, 2023). Sin embargo, este tipo de procesos de despojo asociados al desarrollo de la inversión turística se ha descrito en muchos otros países a lo largo de los últimos años, como en Costa Rica (Cañada, 2019; Silva, 2023), Honduras (Trucchi, 2017) o Ecuador (CDH, 2021; García, 2024), entre otros.



Brasil. Travis-LZojUXeTtYo-Unsplash.

7.
RESULTADOS
CONTROVERTIDOS
DE LA ESTRATEGIA
TURÍSTICA

Pero la crisis sanitaria no solo desnudó la altísima **dependencia externa y vulnerabilidad** que genera esta orientación hacia el turismo internacional, también mostró el escaso desarrollo social alcanzado con este tipo de estrategia. En términos laborales, por ejemplo, estadísticas aportadas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) acerca de la calidad del empleo, evidencian la elevada informalidad presente en el sector turístico. Así, en América Latina y el Caribe la mayoría del trabajo generado por este sector reviste un carácter informal (tabla 5). De hecho, es superior a la registrada en otros sectores debido a algunas de las características del sector, como la estacionalidad, la escasa organización sindical o el incumplimiento de la normativa laboral (OIT, 2023). Incluso, si este análisis se cruza con el género, la informalidad se acrecienta en términos generales entre las mujeres. Más allá de su relación con el Estado, estas cifras denotan también la existencia de unas economías populares potentes y diversas, que no implican simplemente marginalidad, sino la capacidad de respuesta frente a las lógicas de expulsión y exclusión que han comportado las políticas neoliberales (Gago, Cielo y Tassi, 2023; Izcara, 2023).

Tabla 5. Tasas de informalidad en el sector turístico de acuerdo por género.

| País | Informalidad en el sector turístico | | Año de referencia |
|-----------------|-------------------------------------|---------|-------------------|
| | Mujeres | Hombres | |
| Argentina | 61,8 | 57,2 | 2019 |
| Brasil | 46,2 | 52,4 | 2019 |
| Chile | S.D. | S.D. | S.D. |
| Colombia | 57,1 | 78,4 | 2022 |
| Costa Rica | 57,4 | 47,2 | 2019 |
| Cuba | S.D. | S.D. | S.D. |
| Ecuador | 75,4 | 65,5 | 2019 |
| El Salvador | 85,1 | 72,4 | 2019 |
| México | S.D. | S.D. | S.D. |
| Nicaragua | S.D. | S.D. | S.D. |
| Rep. Dominicana | 54,8 | 59,2 | 2019 |
| Uruguay | 36,5 | 24,7 | 2022 |

Fuente: Elaboración propia a partir de ILOSTAT (OIT, 2024)

**7.
RESULTADOS
CONTROVERTIDOS
DE LA ESTRATEGIA
TURÍSTICA**

Esta estrategia de crecimiento turístico con la que se comprometió buena parte de la región no se ha traducido en mayores niveles de bienestar ni en la mejora de indicadores básicos de desarrollo humano (Tabla 6). De hecho, la mortalidad infantil (probabilidad de morir que tiene un recién nacido antes de cumplir un año de vida) o la pobreza (porcentaje del total de la población cuyo ingreso per cápita medio está por debajo de la canasta básica), no muestran una mejoría significativa en aquellos países con un mayor peso del turismo en sus economías.

Tabla 6. Indicadores socioeconómicos por país.

| Países | Mortalidad infantil | Pobreza | Coefficiente de Gini | Año de referencia |
|-----------------|---------------------|---------|----------------------|-------------------|
| Rep. Dominicana | 27,8 | 19,0 | 0,432 | 2019 |
| Nicaragua | 14,0 | 46,3 | 0,495 | 2014 |
| Brasil | 13,3 | 20,2 | 0,538 | 2019 |
| México | 12,0 | 35,5 | 0,464 | 2018 |
| Colombia | 11,6 | 30,4 | 0,529 | 2019 |
| Ecuador | 11,4 | 25,7 | 0,456 | 2019 |
| El Salvador | 11,3 | 30,4 | 0,406 | 2019 |
| Argentina | 9,8 | 26,0 | 0,404 | 2019 |
| Costa Rica | 7,0 | 16,5 | 0,495 | 2019 |
| Chile | 6,6 | 10,7 | 0,462 | 2017 |
| Uruguay | 55,3 | 3,0 | 0,392 | 2019 |
| Cuba | 4,2 | S.D. | S.D. | 2019 |

Fuente: CEPAL.

**7.
RESULTADOS
CONTROVERTIDOS
DE LA ESTRATEGIA
TURÍSTICA**

Tampoco se evidencia de un indicador de desarrollo social básico como, por ejemplo, la cantidad de camas de hospitales por cada 10.000 habitantes. Así, República Dominicana, que es el país que más camas de hoteles tiene por población, es uno de los que dispone de menor estructura hospitalaria para la atención de su población, patrón que se repite entre la mayoría de los países caribeños, con excepción de Cuba (Tabla 7).

Tabla 7. Camas de hospitales cada 10.000 habitantes.

| Países | Valor | Año de referencia |
|-----------------|--------------|--------------------------|
| Cuba | 53,3 | 2017 |
| Argentina | 49,9 | 2017 |
| Uruguay | 24,3 | 2017 |
| Chile | 21,1 | 2017 |
| Brasil | 20,9 | 2017 |
| Colombia | 17 | 2017 |
| Rep. Dominicana | 15,6 | 2017 |
| Ecuador | 13,9 | 2016 |
| El Salvador | 12 | 2017 |
| Costa Rica | 11 | 2019 |
| México | 9,8 | 2018 |
| Nicaragua | 9,3 | 2017 |

Fuente: CEPAL.

7.
RESULTADOS
CONTROVERTIDOS
DE LA ESTRATEGIA
TURÍSTICA

Un análisis similar se puede hacer sobre el nivel de cobertura social en edad de jubilación. Este último indicador está íntimamente vinculado con la informalidad en el empleo, dado que la imposibilidad de haber tenido un trabajo formal comporta unos bajos niveles de cobertura de pensiones a la vejez. Esto explica que, a excepción de México y Uruguay, aquellos países con altos niveles de dependencia en su economía a la actividad turística suelen coincidir con aquellos que menor proporción de población beneficiaria de jubilaciones tiene (tabla 8), como ocurre con los países de Centroamérica y Caribe.

Tabla 8. Cobertura de población de pensiones a la vejez.

| Países | Personas mayores a la edad de jubilación que reciben una pensión | |
|-----------------|------------------------------------------------------------------|-------------------|
| | Valor | Año de referencia |
| Rep. Dominicana | 11,3 | 2020 |
| El Salvador | 20,1 | 2020 |
| Nicaragua | 28,3 | 2020 |
| Colombia | 51,7 | 2016 |
| Brasil | 20,9 | 2017 |
| Colombia | 17 | 2017 |
| Ecuador | 52,0 | 2016 |
| Costa Rica | 68,8 | 2016 |
| Chile | 71,5 | 2018 |
| Brasil | 78,3 | 2016 |
| Argentina | 89,3 | 2016 |
| Uruguay | 100,0 | 2019 |
| México | 100,0 | 2019 |

Fuente: Elaboración propia a partir de ILOSTAT (OIT, 2024).

En este marco, la pandemia significó una oportunidad para que los países latinoamericanos volvieran a apostar por el **turismo nacional** (Schenkel, 2024). La centralidad que había asumido el turista internacional dio lugar a la del propio residente, que pasó a ser nuevamente un blanco destacado de las políticas turísticas.

**7.
RESULTADOS
CONTROVERTIDOS
DE LA ESTRATEGIA
TURÍSTICA**

En términos de prácticas y destinos se observó una revalorización de modalidades y lugares poco consolidados y una reconversión de destinos tradicionales, que debieron innovar para motivar un viaje en tiempos de pandemia (Cañada e Izcara, 2021). Este es el caso de países como Argentina, Chile, Colombia, Ecuador y Uruguay que, una vez programadas las primeras reaperturas y con las fronteras internacionales aún cerradas, impulsaron programas para reactivar el turismo nacional, aplicando una gran variedad de instrumentos (créditos, subsidios, beneficios fiscales, despliegue de infraestructura y equipamiento) destinados tanto al sostenimiento de la oferta como a la expansión de la demanda y centrados en el mercado interno.

Más allá de este contexto general, hubo situaciones particulares como México, Nicaragua o Brasil, que se caracterizaron por la flexibilidad de sus medidas sanitarias y nunca limitaron el turismo internacional. En el caso de México la total apertura de fronteras en el peor momento de la pandemia le permitió pasar de ocupar el séptimo lugar del ranking de destinos internacionales en 2019 al tercer lugar en 2020, para aumentar su participación en el mercado externo (ONU Turismo Dashboard, 2024).



Imagen de Carla Izcara. La Habana, Cuba.

8.

TURISMO NACIONAL: ENTRE LA INVISIBILIDAD Y LA POSIBILIDAD

A diferencia de lo que sucede con la medición del turismo receptivo, la información estadística referida a las prácticas turísticas de los residentes es escasa. Son pocos los países latinoamericanos que miden el turismo nacional. Los escasos datos referidos a las prácticas turísticas de los propios residentes son registros esporádicos y, en muchos casos, limitados en cuanto a representatividad, más aún si se pretende hacer algún tipo de comparación. Dichas inconsistencias llegan a no diferenciar la actividad realizada en función de los niveles de ingresos, de tal modo que un análisis sobre cómo la pobreza se refleja en las prácticas ausentes queda sin registrar y, en consecuencia, no se pueden establecer parámetros que ayuden a planificar su mejora en un sentido más equitativo. En términos académicos, también se le ha prestado mucha menos atención al turismo doméstico que al de carácter internacional (Canh y Thanh, 2020).

La realización de vacaciones en la región sigue siendo de acceso minoritario y desigual.

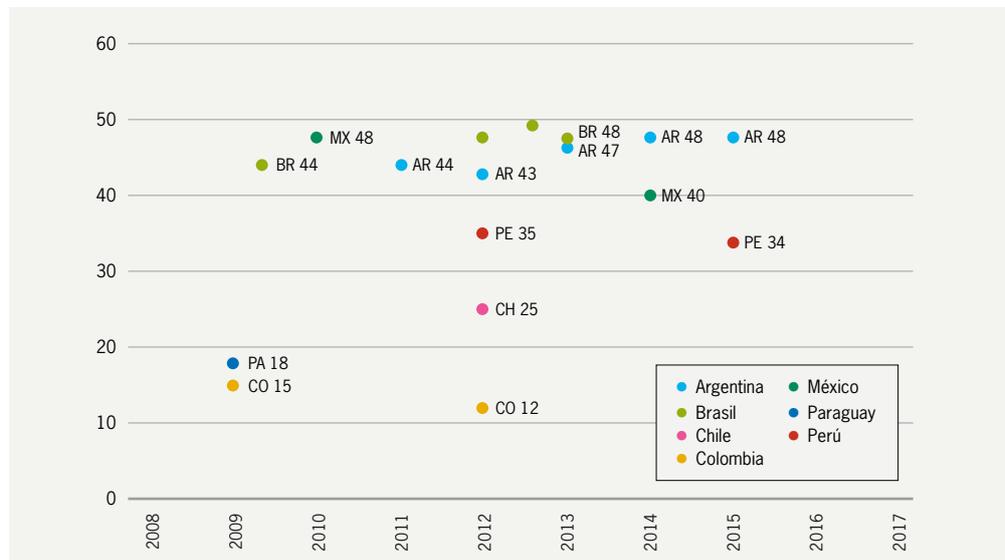
No obstante, las escasas estadísticas disponibles evidencian que a pesar de **la expansión que transita la actividad turística desde mediados del siglo, la realización de vacaciones en la región sigue siendo de acceso minoritario y desigual** (Figura 4). Incluso, en muchos países se mantiene un turismo de élite, como parte de los

privilegios que ostenta históricamente los grupos sociales más pudientes en cada país. Por ejemplo, Perú, Paraguay y Chile tienen niveles de participación turística en torno al 20 %, y Colombia está aún por debajo de esta cifra. En estas latitudes, el turismo representa una de las tantas desigualdades que acumulan las personas ubicadas en bajas posiciones socioeconómicas. A medida que se precariza la condición de ingresos, la situación laboral y el nivel educativo del grupo familiar, disminuye la posibilidad de hacer vacaciones. Los mejores niveles de participación turística lo tienen Argentina, Brasil y México, que suelen presentar un acceso en torno al 40 %.

Cabe destacar que a pesar del desinterés que los sucesivos gobiernos le han dado al turismo nacional, **algunos países latinoamericanos presentan un gasto turístico con mayor incidencia del turismo nacional que del internacional**; es decir, en estos países son más los ingresos que se generan en turismo por parte del consumo de los residentes que de los no residentes. Este es el caso de Argentina, México y Brasil. En Argentina, los ingresos generados en el país por el turismo doméstico representaban el 65% del total generado en el país en la prepandemia, para pasar a representar el 83% en 2022, contribuyendo el turismo internacional con el 35% y el 17 %, respectivamente (INDEC, 2019, 2022). Asimismo, en Argentina, el turismo internacional queda concentrado en unos pocos destinos turísticos (Buenos Aires,

8.
TURISMO
NACIONAL:
ENTRE LA
INVISIBILIDAD Y
LA POSIBILIDAD

Figura 4. Niveles de participación turística por población (%), 2008-2017.



Fuente: Elaboración propia a partir de Viajes y Turismo en Hogares (MINTUR-INDEC), Argentina; Encuesta de Turismo Doméstico (FIPE-MTUR), Brasil; Encuesta de Gasto Interno en Turismo (DANE-MICIT), Colombia; Encuesta Permanente de Hogares (STP-DGEEC), Paraguay; Encuesta de Gasto Turístico en Hogares (SECTUR-INEGI), México; Medición de Comportamiento del Turismo Interno (SERNATUR, 2012), Chile; Perfil de Vacacionista Nacional.

Mendoza, Iguazú, Bariloche, Ushuaia, Calafate), mientras que el turismo nacional sostiene a la gran mayoría de destinos nacionales que dependen de flujos regionales y provinciales de proximidad. Lo mismo sucede en México, donde la Cuenta Satélite de Turismo refleja que, del total de ingresos generados por la actividad en la prepandemia, el 76% fue aportado por el turismo doméstico contra el 16% del receptivo (lo restante queda para el emisor), para quedar este último concentrado en muy pocos destinos que tienen peso en el turismo internacional (Cárdenas, 2020). De las diecisiete entidades federativas analizadas, solo la de Quintana Roo registra más llegadas internacionales que nacionales (Madrid, 2020).

Por otra parte, en los años previos a la pandemia, a pesar de la situación de crisis económicas crónicas en América Latina, **hay países en los que se registró cierta capacidad de consumo entre nuevas clases medias emergentes**. Esto favoreció también el turismo doméstico y las actividades recreativas en la proximidad, sobre todo en fines de semana y en relación con la oferta gastronómica. En Perú, por ejemplo, el Valle del Huatanay, que comunica Cusco con Puno, se llenó de restaurantes hasta convertirse en uno de los principales espacios de recreación de las clases medias de Cuzco. Con el apoyo de ONG e iniciativas de cooperación al desarrollo, muchos de estos emprendimientos lograron transformarse y aportar más calidad en sus servicios. Así, de ser una actividad complementaria en las economías familiares, fueron consolidándola como la principal. La articulación territorial de esta oferta fue acompañada de la construcción de una “imagen de marca” que logró identificar esta multiplicidad de iniciativas (Asensio, 2016). En El Salvador, los problemas de violencia e inseguridad

8.
**TURISMO
NACIONAL:
ENTRE LA
INVISIBILIDAD Y
LA POSIBILIDAD**

dificultaron la consolidación de una oferta turística centrada en el mercado internacional, exceptuando un nicho muy concreto de turismo de negocios. De este modo, buena parte de la oferta turística tuvo que orientarse hacia el mercado doméstico. Este fue el caso, por ejemplo, de la Cooperativa Los Pinos que, buscando una estrategia para complementar los ingresos del café, logró generar una oferta recreativa basada en gastronomía local y vistas paisajísticas. Además, con las visitas de un turismo local de clases medias, ampliaron los beneficios por la venta de café de un modo directo entre la clientela a su restaurante. En este caso, la Cooperativa se benefició también de las llegadas de migrantes salvadoreños en el exterior que regresan por vacaciones de vez en cuando a su país. Esta dinámica de turismo internacional de diáspora o de retorno (Hall, Coles y Duval, 2005; Huang, Haller y Ramshaw, 2013), aún poco estudiado en la región, sea probablemente otra de las fuentes de ingresos destacadas para numerosos emprendimientos en América Latina. Ambos ejemplos ilustran la emergencia de un nuevo tipo de turismo, vinculado a las clases medias emergentes en ciudades latinoamericanas, que estaba surgiendo fuera de los circuitos de los mercados turísticos tradicionales volcados hacia una clientela internacional (Asensio y Cañada, 2023).

Pero esta dinámica de progreso del turismo doméstico en tiempos recientes no se ha limitado a sectores de clases medias. En distintos países se ha ido desarrollando una oferta para sectores populares, en ocasiones autoorganizada y en otras dirigidas hacia ellos mismos, en los que se entremezclan turismo, excursionismo y recreación. Por ejemplo, en la provincia de Buenos Aires se ha ido construyendo una serie de prácticas, que se podrían asociar con el concepto de turismo doméstico de diáspora (Gascón,



Imagen de Carla Izcara. **El Salvador.**

8.
**TURISMO
NACIONAL:
ENTRE LA
INVISIBILIDAD Y
LA POSIBILIDAD**

2021). Estas se han vinculado al retorno puntual por motivos de ocio y recreación de familias que vivieron en áreas rurales que fueron despoblándose por la eliminación del ferrocarril. Su vuelta ha sido estimulada por un asociacionismo de carácter popular que ha revalorizado el patrimonio de muchos de estos pueblos (Pinassi, 2024). O en muchos barrios populares de grandes urbes, se desarrollan nuevas experiencias de turismo comunitario urbano, como alternativas que revalorizan espacios y dar motivo de orgullo de pertenencia a sus pobladores, además que generar ingresos en el marco de un desarrollo de las economías populares. A pesar de la invisibilidad, son diversos los ejemplos, como la Cooperativa Ajayu en la Villa 31 de Buenos Aires donde se muestra tanto las transformaciones del barrio como la diversidad gastronómica de sus pobladores procedentes de distintos lugares de América Latina (Fernández Miranda y Laborda, 2021); las rutas realizadas por y para personas sin hogar del programa Mutantur en la misma ciudad (Schenkel, 2021b); o los “viajes de barrio” en el Alto Fucha de Bogotá en Colombia donde sus pobladores dan cuenta de las luchas y las conquistas alcanzadas en una zona fuertemente empobrecida que pretendían mejorar las condiciones de vida de su gente y contarle sobre todo a personas en situaciones similares (Izcara y Cañada, 2023).



Imagen de Carla Izcara. Playas en **Cuba**.

9. CONCLUSIONES

Las políticas turísticas en América Latina y el Caribe han tenido lugar en contextos muy distintos. Factores como las dimensiones geográficas de cada país, el peso de otras actividades económicas o la proximidad física y posibilidades de comunicación con los mercados emisores de mayor poder adquisitivo, entre otros, han condicionado su desarrollo. A pesar de esta pluralidad, es posible reconocer cierta tensión en las políticas turísticas que históricamente han estado presentes en la región. Esta contradicción se expresa fundamentalmente entre una **orientación más centrada en los mercados domésticos** que en algunos casos ha ido acompañada de cierta preocupación social por el bienestar que podría proporcionarse a través del turismo a la mayoría de sus poblaciones, y otra con **mayor vocación hacia mercados internacionales** y que progresivamente tratan de competir por una clientela de mayor poder adquisitivo.

A partir de la década de 1980 el turismo adquirió mayor protagonismo en las políticas públicas como fuente para atraer inversiones y divisas.

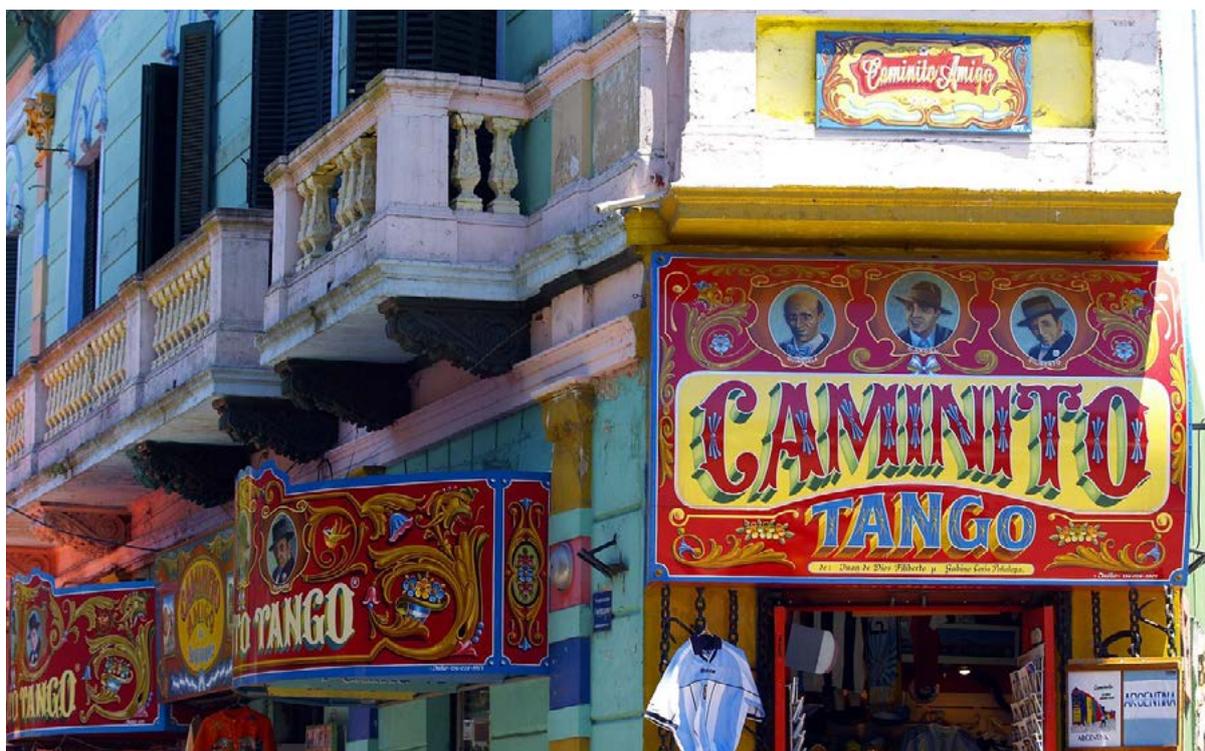
A partir de la crisis de la deuda en la década de 1980, y tras las políticas de ajuste estructural de orientación neoliberal bajo el **Consenso de Washington**, el turismo adquirió mayor protagonismo en las políticas públicas como fuente para atraer inversiones y divisas, además de generar empleo frente a otros sectores en crisis. Los resultados han sido claramente distintos. Por razones de cercanía a los mercados emisores de Estados Unidos y Canadá, las regiones del Caribe, Centroamérica, México y algunas áreas de Colombia, Perú o Ecuador han desarrollado mucho más su industria turística en una clara dependencia hacia el exterior. El caso de Uruguay es especialmente particular porque si bien tiene una altísima participación del sector en su economía y una fuerte dependencia del turismo internacional y, este es fundamentalmente de países vecinos. Por otro lado, en el grueso del cono Sur, en países como Argentina, Brasil, Chile, Paraguay o Bolivia, el peso del turismo es menor y está más centrado en mercados de los países cercanos y en algunos de ellos también en el turismo doméstico, como Argentina, Brasil y, en menor medida, Chile. Ahora bien, este protagonismo de los mercados domésticos o de países cercanos no significa per se la existencia de una orientación de carácter social hacia las necesidades de las mayorías sociales.

El sector empresarial, tanto nacional como internacional, ha tenido una influencia directa en la mayoría de países en la orientación de las políticas turísticas y ha ejercido una presión constante sobre el Estado. Esto no representa una novedad específica con respecto a otros sectores económicos. Sin embargo, en el caso del turismo adquiere una mayor relevancia por las particularidades del funcionamiento de

9. CONCLUSIONES

la actividad. El negocio de las empresas turísticas depende fundamentalmente de un entorno en el que hay determinados atractivos (recursos naturales o culturales, por ejemplo) o suceden determinadas actividades que no son de su estricta propiedad o iniciativa suya y que necesita del Estado para que adecúe estos espacios turísticos como lugares de negocio privado. Esto ha hecho que, principalmente desde la década 1980 y sobre todo de 1990, el núcleo duro de las políticas turísticas se concentrara en aportar infraestructuras (carreteras, aeropuertos, puertos, acceso a agua potable, electricidad o internet), promoción internacional, adecuación de los marcos normativos favorables al sector empresarial (legislación fiscal, ambiental, laboral), construcción de ofertas complementarias de actividad turística y, finalmente, brindar servicios diversos (limpieza, seguridad, gestión de flujos) de atención al territorio donde se reproduce el capital. Con mayor o menor intensidad, este es el esquema con el que se han construido las políticas turísticas en la región durante las últimas décadas.

Esta orientación ha supuesto desplazar a la propia población de cada país, y sobre todo a las mayorías populares, como sujetos de las políticas turísticas. Esto se produce en un contexto en el que los niveles de participación turística no alcanzan a la mayoría de la población y que en algunos países quedan muy por debajo. Son las empresas, nacionales y transnacionales, quienes se benefician de las políticas turísticas, no la población local. Esto marca una diferencia con momentos anteriores, en los que el impulso de programas de turismo social fortaleció el sector turístico bajo otras lógicas, aunque las motivaciones de los gobiernos de turno pudieran ser diversas (Schenkel y Cañada, 2021).



Argentina. Imagen de Brigitte Werner en Pixabay

9. CONCLUSIONES

Los efectos de esta orientación hegemónica de las políticas turísticas no se han traducido en mayores niveles de bienestar social o de reducción de la pobreza. Al contrario, los problemas parecen haberse agudizado con la destrucción y despojo de recursos esenciales para vida de las comunidades afectadas, generación de empleo precario, urbanización informal y acentuación de la conflictividad socioecológica y la violencia (Cañada, 2018). A pesar de ser uno de los principales elementos de legitimación de las políticas turísticas, sus efectos globales en términos de reducción de la pobreza son más bien escasos y, al contrario, su desarrollo parece fortalecer la desigualdad (Gascón, 2015) y la exclusión social (Cañada, 2023).

Tras la paralización de la actividad debida a la pandemia de la COVID-19, las políticas de reactivación han sido muy intensas.

En un contexto de progresivo crecimiento y mayor conexión de América Latina y el Caribe en los circuitos turísticos internacionales, la **pandemia de la COVID-19 de 2020** supuso una caída de la actividad como nunca se había producido. Tras esta paralización de la actividad, las políticas de reactivación han sido muy intensas, en particular en aquellos países más vinculados a los mercados emisores de Norteamérica y Europa, que han recuperado y superado ya en algunos casos el número de llegadas previo a la pandemia. Pero la crisis sanitaria podría ser interpretada de dos modos. Cabría considerarla como un accidente, grave, pero en definitiva algo que hay que superar. Por tanto, tocará al Estado fortalecer al sector e incrementar el gasto público para recuperarse de la situación. Esto es lo que parecen haber interpretado la mayoría de gobiernos, con casos destacados como el de República Dominicana, Costa Rica, El Salvador o México. Sin embargo, cabría también entenderla como una alerta ante el riesgo de incrementar la vulnerabilidad que conlleva una especialización económica tan fuerte en una actividad, además tan dependiente del exterior. A pesar de casos excepcionales, como el del gobierno argentino, que durante la pandemia dejó de destinar recursos del Ministerio de Turismo y Deportes hacia la promoción internacional y los reorientó para fortalecer las infraestructuras y programas de turismo social, el grueso de gobiernos, y ahora también el ultraderechista de Javier Milei en Argentina, se han volcado en fortalecer el modelo previo a la pandemia, orientado hacia los mercados internacionales. De hecho, **asistimos a una vuelta de tuerca de una determinada forma de entender las políticas turísticas que siguen desatendiendo las necesidades de la mayoría de su población, y en particular de los sectores más populares**. El riesgo ya no es solamente este, sino acentuar la vulnerabilidad ante cualquier factor crítico que pueda poner en entredicho el crecimiento turístico internacional.

En este escenario, es necesario **fortalecer la investigación social en relación con las políticas turísticas con una perspectiva crítica de orientación emancipatoria**. Desde estos enfoques el estudio de las políticas ha estado desatendido y difícilmente se puedan construir alternativas de desarrollo turístico con un carácter más equitativo, inclusivo y sostenible sin un papel clave del Estado. Avanzar en otro tipo de políticas depende de la capacidad de construir otras mayorías, pero también de la visión que se tenga sobre lo que se quiere hacer en los momentos en los que es posible alcanzar el poder gubernamental. Así, habrá que explorar con mayor determinación las posibilidades que abren las alianzas público-comunitarias, en contraposición con las tradicionales de

9. CONCLUSIONES

orientación empresarial para poder sostener en el tiempo determinadas orientaciones y consolidar actores que puedan seguir desarrollando una oferta turística al servicio de amplias mayorías. Los retos son mayúsculos, pero esta es la agenda de investigación clave para fortalecer políticas turísticas al servicio de la emancipación social.

Imagen de una palenquera en Cartagena, Colombia. Bajo licencia Creative Commons en Flickr.





Chile. Imagen de Boris Gonzalez en Pixabay

REFERENCIAS

- Arango Velásquez, Gabriel (2012). *Comfenalco Antioquia. Inducción al Sistema de Compensación Familiar*. Antioquia: COMFENALCO.
- Asensio, Raúl (2016). *Los nuevos incas. La economía política del desarrollo rural andino en Quispicanchi (2000-20210)*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos (IEP).
- Asensio, Raúl y Cañada, Ernest (2023). Turistas de sí mismos. Territorios de refugio, clases medias emergentes y nuevas formas de turismo rural en América Latina. En Ernest Cañada; Jordi Gascón y Claudio Milano (Ed.) (2023). *Turismo popular: propuestas y debates* (24-38). Barcelona: Alba Sud Editorial, colección Informes en Contraste, 8.
- Baranowsky, Shelley (2004). *Strenght through joy: consumerism and mass tourism in the Third Reich*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Bell, Carlos (2010). Gobierno y ciudadanía en los territorios turísticos. En Bernard de Myttenaere y Edna Roza (ed.). *Desarrollo territorial y Turismo: una aproximación a partir de la valorización turística* (pp. 427-451). Bogotá: Universidad de Externado .
- Bergeret, Roger; Quintero, Alejandro y Gordillo, Mónica (2017). Complexity of Acapulco Evolution as a Tourist Destination. *Journal of Intercultural Management*, 9(3), 5-27.
- Bianchi, Raoul (2019). La economía política del turismo: una introducción crítica. En Ernest Cañada e Ivan Murray. *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo* (pp. 417-430). Barcelona: Icaria Editorial.
- Blázquez, Macià; Cañada, Ernest y Murray, Ivan (2011). Búnker playa-sol. Conflictos derivados de la construcción de enclaves de capital transnacional turístico español en el Caribe y Centroamérica. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 15(368).
- Bote Gómez, Venancio y Marchena Gómez, Manuel (1996). Política turística. En Andrés Pedreño y Vicente Monfort (eds.), *Introducción a la economía del turismo en España* (pp. 295-326). Madrid: Civitas.
- Broder, David (8 de julio de 2019). Socialists invented summer vacation. En *Jacobin*.
- Campodónico, Rossana y de Cunha, Nelly (2012). Aportes a la conformación de la imagen turística de Uruguay (1930-1955). En *Fortalecimiento e Integración de la Investigación en Turismo en América Latina*. Trabajo presentado en el V Congreso Latino-Americano de Investigación Turística, São Paulo, Brasil.
- Canh, Nguyen Phuc y Thanh, Su Dinh (2020). Domestic tourism spending and economic vulnerability. *Annals of Tourism Research*, 85, 103063.
- Cañada, Ernest (2013). *Turismo en Centroamérica: un diagnóstico para el debate*. Managua: Editorial Enlace.
- Cañada, Ernest (2015). *Las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Cañada, Ernest (2017). Contribución del turismo comunitario a la economía campesina: la Cooperativa Los Pinos en El Salvador". En Jordi Gascón y Claudio Milano C. (coords.) (2017). *El turismo en el mundo rural. ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas e indígenas?* (pp. 111-137). La Laguna (Tenerife): PASOS, Colección PASOS Edita, 18.
- Cañada, Ernest (2018). Dispossession, displacement and subordination in the construction of tourist areas: Central America as a conflict scenario. *Norois*, 247, 49-62.
- Cañada, Ernest (2019). *Conflictos por el agua en Guanacaste, Costa Rica: Respuestas comunitarias al desarrollo turístico*. Barcelona: Alba Sud Editorial, Informes en Contraste, 6.
- Cañada, Ernest (2020a). *Sesc Bertioiga, donde el turismo social construye esperanza*. Barcelona: Alba Sud Editorial, Informes en Contraste, 11.
- Cañada, Ernest (2020b). Producción orgánica y turismo comunitario: la experiencia de ASOPROLA (Altamira de Biolley, Costa Rica). *Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia*, 36(2), 217-236.
- Cañada, Ernest (2023). Tensiones entre exclusión e inclusión en el desarrollo turístico, un cambio de perspectiva. *Ayana. Revista de Investigación en Turismo*, 3(2), 1-14.
- Cañada, Ernest e Izcarra, Carla (eds.) (2021). *Turismos de proximidad: un plural en disputa*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Cárdenas, Érika (2020). Trayectoria del turismo interno en México y una propuesta de agenda pública. *Gestión Turística*, 33, 9-44.
- Carrascal, André y Fernández, Melchor (2015). Tourism and income distribution: Evidence from a developed regional economy. *Tourism Management*, 48, 11-20.
- CDH (2021). Territorios en resistencia. Comunas por el derecho a la reivindicación de la ancestralidad en Guaya y Santa Elena. Guayaquil: Comisión Permanente por la Defensa de los Derechos Humanos (CDH).
- CEPAL (2010). *La hora de la igualdad. Brechas por cerrar, caminos por abrir*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y Caribe – CEPAL.
- Cheibub, Bernardo Lazary (2014). A História das Práticas Turísticas no Serviço Social do Comércio de São Paulo (Sesc-SP). *Rosa dos Ventos. Turismo e Hospitalidade*, 6(2), 247–262.
- Cordero, Allen (2003). El turismo y la dependencia latinoamericana. *Anuario Social y Político de América Latina y el Caribe*, 6, 104-111.

REFERENCIAS

- Cordero, Allen (2011). Los viejos y olvidados centros históricos del turismo: algunas evidencias para el caso costarricense. En Allen Cordero y Paul Bodson (eds.). *¿Es posible otro turismo?* (pp. 19-46). San José: FLACSO.
- Córdoba Azcárate, Matilde (2020). *Stuck with tourism. Space, power, and labor in contemporary Yucatán*. Oakland: University of California Press.
- Cross, Gary (1989). Vacations for All: The Leisure Question in the Era of the Popular Front. *Journal of Contemporary History*, 24(4), 599–621.
- Decroly, Jean (2010). Un cuadro de análisis de la valorización turística. En Bernard De Myttenaere y Edna Roza (ed.). *Desarrollo territorial y Turismo: una aproximación a partir de la valorización turística*, pp.41-62. Bogotá: Universidad de Externado.
- Devine, Jennifer y Ojeda, Diana (2017). Violence and dispossession in tourism development: a critical geographical approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(5), 605–617.
- Dieke, Peter U. C. (1995). Tourism and structural adjustment programmes in the African economy. *Journal Tourism Economics*, 1(1), 71–93.
- Dwyer, Larry y Forsyth, Peter (1993). Assessing the benefits and costs of inbound tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(20), 751-768.
- Dwyer, Larry (1993). Assessing the benefits and costs of inbound tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(20), 751-768.
- Echeverri, Lina; Estay-Niculcar, Christian y Rosker, Eduardo (2012). Estrategias y experiencias en la construcción de marca país en América del Sur. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21, 288–305.
- Enríquez, Mario; Osorio, Maribel; Castillo, Marcelino y Arellano, Antonio (2012). Hacia una caracterización de la política turística. *Pasos*, 10(3), 417-428.
- Espinosa, Horacio (2004). *The Politics of Tourism Development in Mexico*. [Tesis de doctorado]. The University of York. Department of Politics.
- Falcão, Carlos (2009). Turismo Social. En J. C. Barros Júnior (ed.), *Empreendedorismo, Trabalho e Qualidade de Vida na Terceira Idade* (pp. 117–140). Sao Paulo: Editora Edicon.
- Falero, Alfredo. (2007). El turismo como derecho social en el Uruguay: historia y desafíos de una construcción social. Trabajo presentado en el I Congreso Latinoamericano de Historia Económica y IV Jornadas Uruguayas de Historia Económica, Montevideo, Uruguay.
- Fernández Miranda, Rodrigo y Laborda, Mayra (2 de diciembre de 2021). Cooperativa Ajayu: turismo comunitario urbano en Buenos Aires. En [Alba Sud](#).
- Gago, Verónica; Cielo, Cristina y Tassi, Nico (2023). *Economías populares. Una cartografía crítica latinoamericana*. Buenos Aires: CLACSO.
- García, Alexander (21 de mayo de 2024). Despojo y usurpación de tierras alcanzan las 25.000 hectáreas en Santa Elena y Guayas. [Primicias](#).
- García de Fuentes, Ana (1979). *Cancún: turismo y subdesarrollo regional*. Distrito Federal: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Gascón, Jordi (2015). Pro-Poor Tourism as a Strategy to Fight Rural Poverty: A Critique. *Journal of Agrarian Change*, 15(4), 499–518.
- Gascón, Jordi (2021). Turismo doméstico de diáspora: más allá del turismo rural. En Ernest Cañada y Carla Izcara (eds.). *Turismos de proximidad: un plural en disputa* (pp. 83-94). Barcelona: Icaria Editorial.
- Gascón, Jordi y Cañada, Ernest (coord.) (2016). *Turismo residencial y gentrificación rural*. El Sauzal (Tenerife): Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.
- González Reverté, Francesc e Izard, Oriol Marialbell (2010). Introducción a la gestión pública del turismo. En Oriol Miralbell Izard et al. (coord.), *Gestión pública del turismo* (pp. 19-70). Barcelona: UOC.
- Guerra Vilaboy, Sergio (1997). *Etapas y procesos en la historia de América Latina*. Instituto de Investigaciones Histórico-sociales, Universidad Veracruzana, Cuaderno de Trabajo, 2.
- Hall, C. Michael; Coles, Tim y Duval, David T. (2005). Sobre el turismo y la movilidad en tiempos de movimiento y conjetura posdisciplinar. *Política y Sociedad*, 42(1), 85-99.
- Harvey, David (2005). El arte de la renta: la globalización y la mercantilización de la cultura. En David Harvey y Neil Smith. *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura* (pp. 29-57). Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Huang, Wei-Jue; Haller, William J. y Ramshaw, Gregory, P. (2013). Diaspora tourism and homeland attachment: An exploratory analysis. *Tourism Analysis*, 18(3), 285-296.
- INDEC – Ministerio de Turismo y Deportes. (2019). *Cuenta Satélite de Turismo*.
- INDEC – Ministerio de Turismo y Deportes. (2023). *Cuenta Satélite de Turismo*.
- Izcara, Carla (14 de noviembre de 2023). La Economía Popular en el turismo. En [Alba Sud](#).
- Izcara, Carla y Cañada, Ernest (2023). Fucha resiste: viajes de barrio en Bogotá. En Ernest Cañada; Jordi Gascón y Claudio Milano (eds.) (2023). *Turismo popular: propuestas y debates* (39-46). Barcelona: Alba Sud Editorial, colección Informes en Contraste, núm. 8.
- Jouault, Samuel (2021). *El traspas de Cancún-Riviera Maya. Lugares, actores y dinámicas*. Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México, Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos.
- Koenker, Diane (2013). *Club red: Vacation travel and the soviet dream*. Ithaca: Cornell University Press.

REFERENCIAS

- Lamb, Andrew (1998). Tourism development and planning in Australia-the need for a national strategy. *Hospitality Management*, 7(4), 353-361.
- Lanfant, Marie-Françoise (1980). Introducción. El turismo en el proceso de internacionalización. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 32(1), 14-43.
- Madrid, Francisco (2020). *Turismo interno. Motor de la economía del país*. Ciudad de México: Hoteles por México y CICCTUR, Documento 25.
- Malayerba (20 de noviembre de 2023). Desalojos y desempleo en Surf City: la realidad de 25 familias en El Zonte. En [Malayerba](#).
- Mcoy Cador, Christine (2017). *El espejismo de Cancún. Análisis del desempeño y evolución de un destino turístico*. Barcelona: Alba Sud Editorial.
- Monfort Mir, Vicente (2000). La política turística: una aproximación. *Cuadernos de turismo*. 6, 7-27.
- NNUU (1963). *Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Turismo y los Viajes Internacionales*. Roma: Naciones Unidas.
- Navarro, Enrique (2011). Características del desarrollo turístico en Cuba. En Macià Blázquez y Ernest Cañada (eds.). *Turismo placebo. Nueva colonización turística: del Mediterráneo a Mesoamérica y el Caribe. Lógicas espaciales del capital turístico* (pp. 75-99). Managua: Editorial Enlace.
- Oehmichen, Cristina (2010). Cancún: la polarización social como paradigma en un México Resort. *Revista Alteridades*, 40(20), 23-34.
- OIT (23 de octubre de 2024). Nuevas normas, mayor visibilidad: mejorar la medición de la economía informal. [Organización Internacional del Trabajo \(OIT\)](#).
- Olea, Marcela. (2012). La función social del turismo: el itinerario nacional de un derecho. En *Fortalecimiento e Integración de la Investigación en Turismo en América Latina*. Trabajo presentado en el V Congreso Latino-Americano de Investigación Turística, São Paulo, Brasil.
- Organización Mundial Turismo (OMT) (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: OMT.
- Organización Mundial de Turismo (OMT) (2001). *Cooperación entre los sectores público y privado. Por una mayor competitividad del Turismo*. Madrid: OMT.
- Osorio, Rebeca; González, Alfonso y Hernández, Oliver (2024). Turismo rural en México. Una trazabilidad histórica y socioestructural en las ruralidades. Pasos. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 22(1), 43-55.
- Pantojas, Emilio (2022). *De la plantación al resort. El Caribe en el siglo veintiuno*. Barcelona: Alba Sud Editorial e Instituto de Estudios del Caribe.
- Pastoriza, Elisa (2011). *La conquista de las vacaciones. Breve historia del turismo en la Argentina*. Buenos Aires: Edhasa.
- Pinassi, Andrés (2024). *Turismo doméstico de diáspora y (re)valorización del patrimonio rural. Experiencias comunitarias en pequeñas localidades de la provincia de Buenos Aires*. Barcelona: Alba Sud Editorial, colección Informes en Contraste, 30.
- Ramos, Laura (coord.). *El fracaso del Consenso de Washington. La caída de su mejor alumno: Argentina*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Ramos, Marisa y Noya, Javier (30 de mayo de 2006). *América Latina: del riesgo país a la Marca País y más allá*. Madrid: Real Instituto El Cano, Documento de Trabajo.
- Ruiz-Ballesteros, Esteban y Vintimilla, María Augusta (2009). *Cultura, comunidad y turismo. Ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador*. Quito: Abya Yala.
- Salinas, Eduardo y Salinas, Eros (2007). El turismo en Cuba: origen y desarrollo. En Enrique Navarro (ed.). *Turismo, cooperación y posibilidades de desarrollo en Playas del Este (La Habana-Cuba) y su zona de influencia. Diagnóstico y perspectivas futuras*. Málaga: CEDMA.
- Sanahuja, José Antonio (2001). Del interés nacional a la ciudadanía global: la ayuda al desarrollo y las transformaciones de la sociedad internacional. En Manuel Gómez Galán y José Antonio Sanahuja (coord.). *La cooperación al desarrollo en un mundo en cambio. Perspectivas sobre nuevos ámbitos de intervención* (pp. 51-127). Madrid: CIDEAL.
- Scartascini, Carlos; Spiller, Pablo; Stein, Ernesto y Tommasi, Mariano (2011). ¿Cómo se juega en América Latina? Instituciones políticas, procesos de negociación y políticas públicas. Carlos Scartascini (eds.), *El juego político en América Latina: ¿Cómo se deciden las políticas públicas?* (pp.1-31). Bogotá: Mayol.
- Schenkel, Érica (2017). *Política turística y turismo social. Una perspectiva latinoamericana*. Ediciones CICCUS / CLACSO.
- Schenkel, Érica (2019). *Turismo social en América Latina. Aprendizajes de las experiencias regionales*. Barcelona: Alba Sud Editorial, colección Informes en Contraste, 10.
- Schenkel, Érica. (2021a). El turismo en la agenda pública latinoamericana: ¿cómo llegamos hasta aquí? En: Ernest Cañada e Ivan Murray (eds.). *#TourismPostCOVID19 Turistificación Confinada* (pp. 126-133). Barcelona: Alba Sud Editorial.
- Schenkel, Érica. (2021b). Mutantur: paseos recreativos pensados por y para personas sin hogar en Buenos Aires. En Ernest Cañada y Carla Izcara (eds.). *Turismos de proximidad: un plural en disputa* (pp. 171-178). Barcelona: Icaria Editorial.
- Schenkel, Érica (2024). Estado, Turismo y Covid-19 en Argentina: implicaciones de las políticas turísticas implementadas en pandemia. *Íconos, Revista de Ciencias Sociales*, 78, 155-175.

REFERENCIAS

- Schenkel, Érica y Cañada, Ernest (2021). Turismo social: una alternativa en debate. En Ernest Cañada y Carla Izcara (Ed.). *Turismos de proximidad: un plural en disputa* (pp. 113-125). Barcelona: Icaria Editorial.
- Schenkel, Érica y Cárdenas, Érika. (2024, en prensa). Intervención del Estado y políticas turísticas en pandemia. Un análisis comparado entre Argentina y México. *Revista Pasos*.
- Scott, Noel (2011). *Tourism Policy: A Strategic Review*. Oxford: Goodfellow Publishers Limited.
- Secretaría General Iberoamericana - SEGIB (2001). Acuerdo. Compromiso de Cuzco. En *Reunión Iberoamericana de Ministros de Turismo Cuzco*. Perú, 7 de septiembre de 2001.
- Shi, Hui (2012). The efficiency of government promotion of inbound tourism: The case of Australia. *Economic Modelling*, 29(6), 2711–2718.
- Smith, Laurajane (2011). El espejo patrimonial ¿ilusión narcisista o reflexiones múltiples? *Antipoda*, 12, 39-63.
- Smith, Neil (2020). *Desarrollo desigual. Naturaleza, capital y producción del espacio*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Spiller, Pablo y Tommasi, Mariano (2011a). El funcionamiento de las instituciones políticas y las políticas públicas en la Argentina: una aproximación desde la nueva economía institucional. En Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación (comp.), *Lecturas sobre el Estado y las políticas públicas: Retomando el debate de ayer para fortalecer el actual* (721-763). Buenos Aires: Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación.
- Silva Lucas, Arturo (2023). *Reactivación turística y conflictos socioecológicos en Guanacaste*. Barcelona: Alba Sud Editorial, colección Informes en Contraste, 22.
- Spode, Hasso (2004). Fordism, Mass Tourism and the Third Reich: The "Strength through Joy" Seaside Resort as an Index Fossil. *Journal of Social History*, 38(1), 127-155.
- Thalasselis, Cristina (2020). Internacionalización del turismo y desarrollo capitalista en América Latina. *Revista Encuentros*, 18(3), 76-87.
- Torre, Juan Carlos y Pastoriza, Elisa (2002). La democratización del bienestar. En Juan Carlos Torres (dir.). *Nueva historia argentina. Los años peronistas (1943-1955)* (pp. 257-312). Buenos Aires: Sudamericana.
- Tritz, Celine (2010). La valorización turística de un espacio; entre actores y territorios: propuestas de métodos y aplicaciones. En Bernard de Myttenaere y Edna Rozo (ed.). *Desarrollo territorial y Turismo: una aproximación a partir de la valorización turística* (pp.387-426). Bogotá: Universidad de Externado.
- Trucchi, Giorgio (2017). *Expolio de los territorios garífunas en Honduras: Impactos del extractivismo y la expansión turística*. Alba Sud Editorial, colección Informes en Contraste, 3.
- Verduzco, Basilio (2010). La evaluación de intereses sociales en los procesos de valorización turística. ¿Quién tiene que aprender qué? En Bernard De Myttenaere y Edna Rozo (ed.). *Desarrollo territorial y Turismo: una aproximación a partir de la valorización turística* (pp. 427-451). Bogotá: Universidad de Externado.

Una publicación de

ALBA SUD 

investigación y comunicación para el desarrollo

Con el apoyo de



Agència Catalana
de Cooperació
al Desenvolupament



Generalitat
de Catalunya

ISBN: 978-84-09-55657-1



9 788409 556571