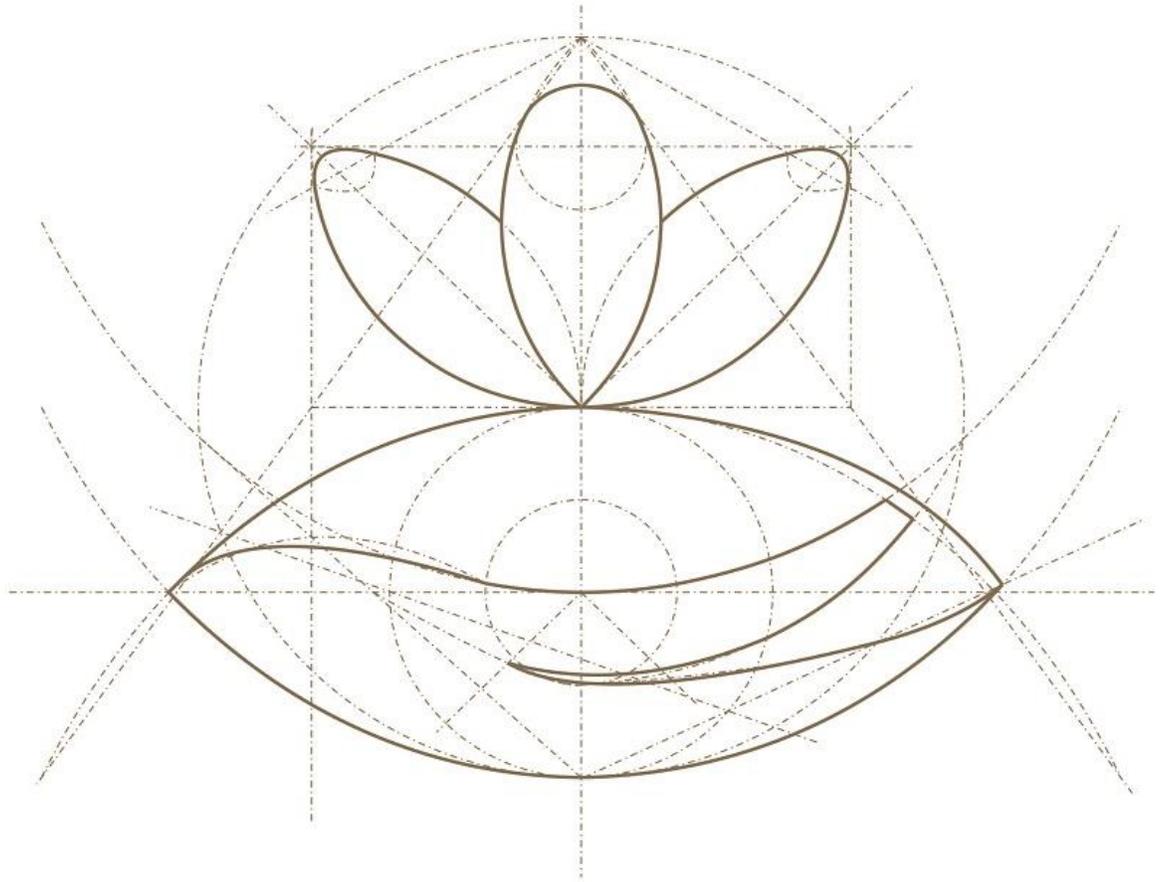


# *Spanish Journal of Rural Development*

---

Volume VI  
2015

*Spanish Journal of Rural Development* Volume VI



---

*2015 International Year of Soils*

---



- **Introduction**

Editor SJRD

- **Prologue**

Gregoria Rodríguez Muñoz

- **Tourist participatory diagnosis of a case study in the Restrepo municipality, Colombia**

Ramírez, E.D.

- **Is the tourism an option to "soothe" the poverty?**

Figuroa Hernández, E., Mendoza Ontiveros M.M., Pérez Soto, F., Godínez Montoya, L.

- **Performance and fractalization as metabolization tools of rural spaces. The case of the Querétaro Cheese a Wine Route**

Thomé, H., Vizcarra, I., Espinoza, A.

- **Tourism development model: Case of Tepotzotlán and El Oro, Magical Towns of the State of Mexico**

Rosas-Jaco, M.I., Almeraya-Quintero, S.X., Guajardo-Hernández; L.G.

- **Community tourism and gender: the incorporation of women into the tourism project of El Ejido El Rosario, Ocampo, Mexico**

Rodríguez, G., Vizcarra, I.

- **Can alternative tourism strengthen local development in Latin America?**

Chávez-Dagostino, R.M., Maoldonado, O.A., Ramos, K.J., Espinoza, R.

- **Tourism as a complementary activity of fishing in rural communities. Case Bahía de Chamela, Jalisco**

Maldonado, O.A., Flores, L.M., Chávez-Dagostino, R.M., Bravo, M.L.

- **How we show the face. Map of associativity and marketing strategy for rural tourism SMEs**

Angulo, J.G.

## ¿El turismo es una opción para “aliviar” la pobreza?

Figuroa Hernández, E.<sup>1\*</sup>, Mendoza Ontiveros M.M.<sup>1</sup>, Pérez Soto, F.<sup>2</sup>, Godínez Montoya, L.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Centro Universitario UAEM Texcoco, Universidad Autónoma del Estado de México.

<sup>2</sup>División de Ciencias Económico-Administrativas, Universidad Autónoma Chapingo.

\*Corresponding author: esfigue\_3@yahoo.com.mx

*Received: 28 February 2015*

*Accepted: 22 April 2015*

### **Abstract**

*Short title: Tourism and poverty*

Currently there are 1200 million people worldwide living in extreme poverty. For these circumstances, tourism has seen as an opportunity to alleviate poverty in rural communities. There are many features of tourism as an economic activity that makes it particularly interesting for low-income countries and disadvantaged communities that people inhabit; thus, the objective of this study was to analyze through the review of national and global case study reports, if tourism impacts in reducing poverty in rural communities where the activity occurs. Among the main findings, which are consistent with the approaches of Gascon (2011), is that the focus of tourism benefits a small group of the community, the rest gets marginal income that does not allow them to think of tourism as an option to improve their conditions, seeing migration as a more profitable opportunity. Thus, the approach pro-poor tourism (PPT) did not fight for equality, and may even represent problems for a portion of the population, as poverty and marginalization depends less on the amount of income earned but on the position of the individual within the social structure. As noted by theorists of "social exclusion", a person or social group may own or have access to the means to survive, but being marginalized in the fields of political, cultural and economic decision.

**Keywords: Tourism, local employment, income, poverty reduction.**

### **Resumen**

*Título corto: Turismo y pobreza*

En la actualidad, 1,200 millones de personas viven en pobreza extrema a nivel mundial. Por estas circunstancias se ha visto al turismo como una oportunidad para aliviar la pobreza en comunidades rurales. Muchas características del turismo como actividad económica que lo hacen interesante para los países de ingresos bajos y las comunidades desfavorecidas que en ellos habitan, por lo anterior, el objetivo del trabajo fue analizar a través de la revisión de estudios de caso, si el turismo incide en la disminución de la pobreza en las comunidades rurales donde se desarrolla la actividad. Dentro de los principales hallazgos, que coinciden con los planteamientos de Gascón (2011) de que los beneficios del turismo los concentran un pequeño grupo de la comunidad, el resto obtiene ingresos marginales que no les permite pensar en el turismo como una opción para mejorar sus condiciones, viendo en la migración una oportunidad redituable. De esta forma, el enfoque Pro-Poor Tourism (PPT) no lucha por la equidad, sino que incluso puede representar problemas para una parte de la población, pues la pobreza y la marginalidad no depende tanto

de la cantidad de ingresos obtenidos como de la situación del individuo dentro de la estructura social.

**Palabras clave: Turismo, empleo local, ingreso, disminución de pobreza.**

## 1. Introducción

Según datos del Banco Mundial, el número de personas que subsiste con menos de US\$1.25 al día ha disminuido extraordinariamente en las tres últimas décadas, pasando del 50.0% de los ciudadanos del mundo en desarrollo en 1981 al 21.0% en 2010, a pesar de un aumento del 59.0% de la población en esa zona. Sin embargo, un nuevo análisis dado a conocer por el mismo Banco Mundial revela que aún hay 1200 millones de personas que viven en la pobreza extrema, y pese a los avances impresionantes logrados en los últimos tiempos, en la actualidad hay más del doble de personas viviendo en situación de pobreza extrema en África al sur del Sahara (414 millones) de las que había hace tres décadas (205 millones). En consecuencia, mientras que los extremadamente pobres en África al sur del Sahara representaban tan solo el 11.0% del total mundial en 1981, ahora constituyen más de la tercera parte de los indigentes del mundo. A India le corresponde otro tercio (en comparación con el 22.0% en 1981), y le sigue China con el 13.0% (menor de 43.0% de 1981) (Banco Mundial, 2013).

La pobreza se concentra principalmente en las zonas rurales, especialmente entre los pequeños agricultores y las familias sin tierra. Gran parte de la pobreza urbana es consecuencia de la privación y el declive económico en las zonas rurales, que generan una emigración desesperada a las ciudades. Por lo que, la lucha para reducir la pobreza debe comenzar en el campo. Además, debe comenzar con políticas y recursos que fomenten el crecimiento y desarrollo rural de base amplia. Por ello, preocupa profundamente el hecho de que en los últimos diez años se haya producido una aguda disminución de los recursos (tanto nacionales como internacionales) destinados al desarrollo agrícola y rural en los países en desarrollo (IFAD, 2002).

Al combatir la pobreza rural se reduce la pobreza urbana al disminuir la migración. La reducción de la pobreza rural depende del aumento de la productividad de la población pobre, pero la mayoría de los enfoques para afrontar la pobreza urbana se centran en el bienestar.

Con base en lo anterior, el objetivo del trabajo fue analizar a través de la revisión de estudios de caso, si el turismo incide en la disminución de la pobreza en las comunidades rurales donde se desarrolla la actividad.

## 2. Materiales y Métodos

Para llevar a cabo esta investigación documental, se revisaron de manera crítica una amplia variedad de documentos científicos como artículos, capítulos de libro, libros, entre otras fuentes consideradas con credibilidad, tales como: el Banco Mundial, Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (IFAD), Organización Internacional del Trabajo (OIT), Sustainable Tourism Eliminating Poverty-Red de la Organización Mundial del Turismo (STEP-UNWTO), Organización Mundial del Turismo (OMT), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), "Manual on Tourism and Poverty Alleviation, Practical Steps for Destinations (UNWTO and SNV), Programa Turismo Sostenible-Eliminación de la Pobreza (ST-EP), entre otras, que permitieron buscar una respuesta a la pregunta de investigación: ¿el turismo es una alternativa para aliviar la pobreza?, así se contrastaron posturas que han intentado demostrar que efectivamente existe menor pobreza gracias al turismo y, por otra parte, posturas críticas de los teóricos de la exclusión que apuntan en sentido contrario. Finalmente, dicho análisis llevó a generación conclusiones propias y adoptar una postura al respecto.

## 3. Resultados y Discusión

### 3.1 La participación del turismo en el PIB a nivel mundial y en la generación de empleo

De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo, la importancia del turismo para la generación de puestos de trabajo y la reducción de la pobreza en las zonas rurales de los países menos desarrollados (PMD) no deberá subestimarse. Para éste organismo, el turismo es reconocido cada vez más como una importante fuente de crecimiento económico, especialmente en los países pobres. Su cadena de valor y sus conexiones significativas con otros sectores tales como: agricultura, construcción, servicios públicos y transporte pueden contribuir a la reducción de la pobreza. Con respecto a la cadena de suministro del sector, un puesto de trabajo en el corazón de la industria del turismo genera indirectamente 1.5 puestos de trabajo adicionales en la respectiva economía (OIT, 2011).

En el mismo sentido, admite que en el año 2010, la economía global del sector representó más de 235 millones de puestos de trabajo, que equivale a

aproximadamente el 8.0% del número total de puestos de trabajo (directos e indirectos), o uno de cada 12.3 puestos de trabajo. Se estimó que en el año 2010, los viajes y el turismo generaron aproximadamente 9.3% del PIB mundial, mientras que las inversiones turísticas se estimaron en 9.2% del total de las inversiones globales (OIT, 2011).

En 2011, las llegadas de turistas internacionales a mercados emergentes y países en desarrollo ascendieron a 459 millones (Figura 1). El turismo es la primera o segunda fuente de divisas para 20 de los 48 países menos avanzados en el mundo. En algunos países en desarrollo, especialmente los pequeños Estados insulares en desarrollo, el turismo puede aportar más del 25.0% del PIB.

### *3.2 El carácter del turismo*

El turismo es un complejo entramado de procesos socioeconómicos que van desde la construcción imaginaria de los destinos como lugares de recreo y esparcimiento, hasta las prácticas de implantación neocolonial de la industria turística, pasando por el cambio en la estructura de la propiedad del suelo y de los recursos locales, la transformación radical de los territorios, de las formas de estratificación social, del mercado y de los modos de trabajo, o de la distribución del ingreso. Complejo entramado que es, a la vez, un campo donde se intercambian distintos tipos de capital y se altera su composición, su distribución y volumen, y una arena político-económica donde dirimen sus diferencias grupos de poder, facciones, partidos e intereses contrapuestos (Nogués, 2009).

No obstante, hay muchas características del turismo como actividad económica que lo hacen especialmente interesante para los países de ingresos bajos y las comunidades desfavorecidas que en ellos habitan (STEP-UNWTO, 2011). Entre ellas:

- Toma como punto de partida activos particulares. El turismo otorga un gran valor a algunos rasgos comunes de los países en desarrollo, como un clima cálido, un rico patrimonio cultural, unos paisajes inspiradores y una abundante biodiversidad. Estos puntos fuertes pueden ser muy importantes en zonas rurales, que obtienen así una ventaja comparativa en el campo del turismo, mientras que en la mayor parte de los demás sectores económicos se encuentran en desventaja.
- Es accesible a las personas desfavorecidas. El turismo es un sector que emplea abundante mano de obra y se compone tradicionalmente de empresas pequeñas y microempresas. Muchas actividades turísticas se adaptan

especialmente a las mujeres, a los jóvenes y a grupos desfavorecidos como poblaciones de minorías étnicas. Muchos puestos de trabajo en el sector turístico pueden estar al alcance de las personas desfavorecidas, ya que exigen relativamente pocas competencias y pequeña inversión. Algunos empleos incluso pueden ser de jornada parcial y servir para complementar los ingresos derivados de otras actividades.

- Tiene diferentes ramificaciones. Como el producto turístico está integrado por actividades e insumos muy diferentes y tiene una cadena de suministro grande y diversificado, el gasto de los turistas puede beneficiar a un amplio abanico de sectores, como la agricultura, la artesanía, el transporte y otros servicios. El gasto adicional de las personas cuyos ingresos proceden en parte del turismo expanden más aún los beneficios económicos (el efecto multiplicador).
- Conecta a los consumidores con los productores. El turismo, inusualmente, es una actividad que lleva a los consumidores hacia los productores. La interacción entre los turistas y las comunidades desfavorecidas puede aportar diversas ventajas prácticas e intangibles, que pueden ir desde un mayor conocimiento de los problemas y valores culturales, ambientales y económicos de ambas partes, hasta los beneficios mutuos derivados de una mayor inversión local en infraestructuras.
- Por otra parte, el turismo también presenta aspectos negativos como base de la atenuación de la pobreza, que requieren una atención particular. Los principales son (STEP-UNWTO, 2011):
- La imprevisibilidad y fluctuaciones de la demanda. El turismo es muy sensible a episodios económicos, ambientales y socioculturales que afectan al deseo de viajar de los turistas. En ausencia de seguridad social y sin la cobertura de un seguro privado, las personas sin recursos pueden ser especialmente vulnerables a las caídas repentinas de la demanda. Sin embargo, la demanda turística a menudo se recupera pronto cuando las circunstancias cambian.
- La estacionalidad de la demanda, que puede concentrarse en temporadas. Esta característica requiere una buena integración del turismo con otras actividades económicas que proporcionen

una fuente de ingresos suficientes para sobrevivir todo el año.

- El impacto en los recursos que sustentan la vida. Entre ellos el agua, la tierra, los alimentos, las fuentes de energía y la biodiversidad. Su disponibilidad para las personas desfavorecidas puede verse amenazada por la competencia y la sobreexplotación del turismo. La degradación de bienes culturales y la ruptura de las estructuras sociales constituyen amenazas paralelas. Los problemas mundiales de agotamiento de los recursos y degradación ambiental pueden ser tan importantes como los locales, por ejemplo, el impacto del turismo a largo plazo en el cambio climático y el impacto de las medidas de adaptación y mitigación en los patrones de viaje.
- Nexos débiles para los desfavorecidos. La naturaleza de la inversión turística y la falta de compromiso de los desfavorecidos pueden hacer que una gran parte del gasto turístico se vaya fuera de los destinos pobres. Los ingresos que quedan pueden al final no llegar a los desfavorecidos, sino a las personas con más educación y a los segmentos más acomodados de la sociedad.

El turismo no debería verse en sí como "la respuesta" a la eliminación de la pobreza, pero puede realizar una aportación sustancial. El potencial de desarrollar en mayor medida el turismo para canalizar un porcentaje más alto del gasto turístico hacia las personas desfavorecidas puede ser importante en algunas zonas y bastante reducido en otras. Sin embargo, dadas las dimensiones del sector, incluso un cambio pequeño en el enfoque, cuando se aplica extensamente, puede generar una diferencia significativa (STEP-UNWTO, 2011).

No obstante, el turismo, en muchos países en desarrollo y menos adelantados, es visto como la opción de desarrollo económico más viable y sostenible y, en algunos de ellos, la principal fuente de entrada de divisas. Parte de estos ingresos revierte en diferentes grupos de la sociedad y, si el turismo se gestiona centrándose prioritariamente en la atenuación de la pobreza, puede beneficiar directamente a los grupos más pobres mediante el empleo de la población local en empresas turísticas, el suministro de bienes y servicios a los turistas, la gestión de pequeñas empresas y empresas comunitarias, etc., con el consecuente impacto positivo en la reducción de la pobreza.

### *3.3 El turismo en la atenuación de la pobreza en las economías de países en vías de desarrollo*

La idea de utilizar al turismo en el combate a la pobreza toma fuerza en 1998 cuando en el Reino Unido varias agencias de cooperación e instituciones inician una investigación para conocer el impacto del turismo en el alivio de la pobreza. Un año más tarde H. Goodwin acuñó el término Pro-Poor Tourism (PPT) para denominar a los estudios cuyo interés fuera analizar la contribución del turismo a la disminución de la pobreza (Pinto & Hidalgo, 2012).

El revuelo que causaron los informes del grupo pro pobre influyó en las instituciones responsables del turismo para el diseño de políticas en este sector. Así desde el 2002, la OMT ha recomendado la adopción del enfoque del Pro Poor Tourism en los lineamientos para el desarrollo turístico y durante la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible presentó el Programa Turismo Sostenible–Eliminación de la Pobreza (ST-EP) para contribuir a dos objetivos del milenio: el combate a la pobreza extrema y la promoción de la igualdad de género

El PPT considera que el turismo es una eficiente herramienta para reducir la pobreza en los países del Sur al incrementar los ingresos de la población más depauperada (Gascón, 2011). Para tal propósito plantea tres ámbitos de actuación:

1. Aumento de oportunidades de trabajo asalariado.
2. La creación de microempresas locales.
3. La generación de ingresos comunitarios.

Para lograr dichos objetivos se propone una intervención financiando proyectos de turismo rural comunitario y el apoyo de políticas empresariales turísticas de gran capital que generen empleo directo e indirecto para la población local.

Tal mecanismo de cooperación internacional busca incidir en la realidad para transformarla basado en el paradigma de que la pobreza se puede combatir incrementando los ingresos de los pobres hasta alcanzar un mínimo de bienestar (Gascón, s/f). Hay destinos en los que por cada 4 USD gastados por turista, 1 USD llega a los pobres (Mitchell, 2010).

Los proyectos que son apoyados por la Organización Mundial del Turismo (OMT), se ejecutan en estrecha colaboración con las autoridades nacionales de turismo, los gobiernos locales, las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), las organizaciones de desarrollo y las empresas turísticas de los países beneficiarios. Los proyectos de la Fundación Turismo Sostenible para Eliminación de la Pobreza de la OMT (ST-

EP), se centran en una amplia gama de actividades, tales como la formación de guías locales y empleados de hoteles, la promoción de la participación de la población local en el desarrollo turístico en torno a sitios del patrimonio natural y cultural, el establecimiento de encadenamientos económicos entre los productores pobres y las empresas turísticas y el suministro de servicios empresariales y financieros a empresas turísticas pequeñas, medianas y comunitarias (2009).

Las actividades de investigación de la OMT (2009) han definido siete mecanismos distintos mediante los cuales las personas desfavorecidas pueden beneficiarse directa o indirectamente del turismo. Los cuales son parte integral del Programa ST-EP y se han difundido ampliamente e incorporado en seminarios, estudios y cursos y, en particular, en los proyectos. Cada proyecto utiliza siempre uno o más de los mecanismos para garantizar que los pobres obtengan beneficios tangibles del desarrollo turístico. A continuación, se muestra un resumen de cada uno de los mecanismos de la fundación, con un ejemplo de cómo se ha aplicado en la cartera de proyectos:

**Mecanismo 1: Empleo de los pobres en las empresas turísticas.** En la provincia de Inhambane (Mozambique) la población local recibió formación sobre recepción de visitantes en colaboración con la asociación de hoteleros locales y las autoridades turísticas. 93 empleados de hoteles, 25 responsables de recursos humanos y 60 miembros de la comunidad (40.0% de mujeres) participaron en la formación. Los empleados de establecimientos turísticos han conservado sus empleos y algunos han sido ascendidos. Alrededor del 25.0% de los miembros de la comunidad han conseguido realizar unas prácticas u obtener un puesto de trabajo fijo en hoteles y complejos de la provincia.

**Mecanismo 2: Suministro de bienes y servicios a las empresas turísticas por los pobres o por empresas que los emplean.** En Nicaragua se abrió una tienda de pequeños agricultores que actúa como intermediario entre los pequeños productores y las empresas turísticas, ofreciendo almacenamiento y asistencia técnica a 33 grupos de productores y ayudándoles a vender su mercancía en hoteles y restaurantes. Se han creado canales de venta con trece hoteles y restaurantes, entre los que se encuentran algunos de los mayores hoteles de Managua.

**Mecanismo 3: Venta directa de bienes y servicios a los visitantes por los pobres (economía informal).** En Djenné (Malí) el Programa STEP dio apoyo a un grupo de 64 artesanas para desarrollar nuevos métodos de producción y evitar los riesgos para la salud derivados de la quema de plásticos para fabricar productos de artesanía. Al mismo tiempo, las mujeres recibieron

asesoramiento para mejorar el diseño y la calidad de los objetos de recuerdo y constituir una cooperativa para comercializar sus productos. Como resultado del proyecto, las mujeres han incrementado los beneficios que obtienen de la venta de artesanía en 30.0%.

**Mecanismo 4: Creación y gestión de empresas turísticas por los pobres, por ejemplo microempresas, empresas pequeñas y medianas o empresas comunitarias (economía formal).** En Camboya el proyecto del sendero de descubrimiento del Mekong está ayudando a once comunidades del tramo septentrional del río Mekong a ofrecer actividades de ecoturismo a los turistas. Se han definido y se promueven diversas rutas a lo largo del río Mekong, que incluyen visitas a estas comunidades, por ejemplo mediante la web y una guía del sendero. Las comunidades recibieron formación y donaciones de contrapartida para desarrollar actividades de kayak, bicicleta, carros de caballos, artesanía y estancias en casas de particulares, y alrededor de 20 operadores turísticos han incluido estos productos en sus itinerarios. Actualmente, se calcula que una familia local que trabaje en el turismo obtiene directamente una renta anual media de 167 dólares de los EE.UU. Está previsto que gracias a un mayor desarrollo y promoción del ecoturismo en la zona, los ingresos anuales totales para el conjunto de las familias de las comunidades se incrementarán en 100000 dólares para 2013.

**Mecanismo 5: Aranceles e impuestos sobre los ingresos o beneficios del turismo cuya recaudación se destine a beneficiar a los pobres.** En Konso (Etiopía) el gobierno había introducido previamente una tasa para los turistas que visitaran a las comunidades indígenas de la zona. El proyecto logró que 70% de la recaudación fuera redistribuido entre las comunidades para proyectos de desarrollo de pequeña escala, como por ejemplo mejoras en las escuelas y construcción de servicios de saneamiento y pozos. Gracias a la organización de nuevas excursiones y a una activa promoción del potencial turístico del distrito, el número de visitantes en Konso creció rápidamente en dos años y los ingresos derivados de las tasas para proyectos de desarrollo de la comunidad pasaron de 7000 dólares de los EE.UU., en 2007 a 26500 dólares en 2009.

**Mecanismo 6: Donaciones y apoyo voluntarios de empresas turísticas y de los turistas.** En Tanzania más de 30,000 turistas al año hacen excursiones organizadas por una de las 28 empresas que forman parte del Programa de Turismo Cultural del país. Las excursiones varían desde visitas de medio día a una aldea rural hasta safaris en camello de una semana o marchas por las montañas. Siempre que es posible, los guías

muestran a los turistas diversos proyectos sociales en las aldeas, por ejemplo proyectos de educación, salud e irrigación, que a veces han sido cofinanciados con el dinero generado por las excursiones. Al ver las actividades y los resultados de estos proyectos, los turistas y los operadores turísticos suelen aportar generosas donaciones, que permiten a las comunidades comprar más material educativo, medicamentos, equipos de irrigación, etc.; incluso a veces, los turistas siguen apoyando los proyectos al regresar a sus casas. Por ejemplo, la familia de un turista finlandés logró reunir 190000 dólares de los EE.UU. para una escuela en Hanang (Tanzania Central) después de realizar una excursión por la zona. Además, los turistas, cuando están satisfechos con las excursiones, dejan propinas sustanciales a los guías, a los proveedores de alojamiento y a los grupos de mujeres que ofrecen comidas y con ello a veces se llega casi a duplicar los ingresos mensuales.

Mecanismo 7: Inversión en infraestructura, estimulada por el turismo, que beneficie también a los pobres de la localidad, directamente o mediante el apoyo a otros sectores. En Ebogo (Camerún), la asociación comunitaria para el desarrollo de Ebogo (OCDE) contó con el apoyo del proyecto para ofrecer excursiones en canoa, marchas por el bosque, servicios de restauración y alojamiento a los turistas. Dado el potencial turístico de la zona, el Ministerio de Turismo logró movilizar fondos del gobierno por un valor de 274,410 euros para la mejora de los ocho kilómetros de carretera de acceso a Ebogo y el suministro de agua y electricidad. Esta inversión fue esencial para ayudar a promover el crecimiento del turismo en Ebogo y, además, trajo beneficios para la población al proporcionar servicios básicos y rutas más rápidas de acceso a los mercados de las ciudades vecinas, donde venden el pescado y los productos agrícolas (OMT, 2009). Algunos reportes publicados dan cuenta del turismo como estrategia para atenuar la pobreza alrededor del planeta basados en los principios adaptados del "Manual on Tourism and Poverty Alleviation, Practical Steps for Destinations" (UNWTO and SNV, 2010).

- Todos los aspectos y todos los tipos de turismo pueden y deben preocuparse por la atenuación de la pobreza.
- Todos los gobiernos deben incluir la atenuación de la pobreza como objetivo clave del desarrollo turístico y considerar el turismo como una posible herramienta para reducir la pobreza.
- La competitividad y el éxito económico de las empresas y los destinos turísticos son vitales para la atenuación de la pobreza: sin ellos no hay beneficios para los desfavorecidos.

- Todas las empresas turísticas deberían preocuparse por el impacto de sus actividades en las comunidades locales y buscar la forma de que sus actuaciones beneficien a los desfavorecidos.
- Los destinos turísticos deben gestionarse teniendo la atenuación de la pobreza como objetivo central, imbricando a la vez en las estrategias y los planes de acción.
- Es preciso entender a fondo cómo funciona el turismo en los destinos y saber, por ejemplo, cómo se distribuyen los ingresos turísticos y a quién benefician.
- La planificación y el desarrollo del turismo en los destinos deben tener en cuenta una amplia gama de intereses, entre ellos la participación y representación de las comunidades desfavorecidas.
- Deben considerarse todos los posibles impactos del turismo en los medios de vida de las comunidades locales, entre ellos los impactos actuales y futuros, de alcance local y mundial, en los recursos naturales y culturales.
- Debe prestarse atención a la viabilidad de todos los proyectos que afectan a las personas desfavorecidas, garantizando el acceso a los mercados y maximizando las oportunidades de crear nexos beneficiosos con empresas establecidas.
- El impacto del turismo en la atenuación de la pobreza debe supervisarse de manera efectiva.

### 3.4. Estudios de caso para comunidades locales a nivel mundial

#### 3.4.1. Paisajes tropicales y patrimonio cultural

El Presidente Guebuza de Mozambique afirmó: "Dado su impacto en términos de puestos de trabajo e ingresos, y considerando su efecto multiplicador en otras esferas de la economía, el turismo ha demostrado ser un sector de notable importancia en el desarrollo socioeconómico de nuestro país", cuando recibió una carta abierta del Secretario General de la OMT, Taleb D. Rifai, y el Presidente y Director General del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (CMVT), David Scowsill, en la que se pone de relieve que los viajes y el turismo ofrecen una de las soluciones más eficaces para los retos globales de nuestros días. El manifestó: "El potencial del turismo en Mozambique habla por sí mismo, con 2,700 km de costas tropicales, una variedad de ecosistemas con profusión de especies y un rico patrimonio cultural, pero, ante todo, el Gobierno mozambiqueño ha reconocido las oportunidades de crecimiento económico y creación de empleo

que ofrece el turismo. Para 2012, los viajes y el turismo generarán más de 700,000 puestos de trabajo en Mozambique”. Las previsiones indican que la contribución total de los viajes y el turismo de Mozambique al PIB, incluida su incidencia económica más amplia, experimentará un crecimiento del 6.4% anual durante los próximos diez años (OMT, 2011).

### 3.4.2. La infraestructura de las telecomunicaciones beneficia a los pobres

La conexión a Internet puede ser clave para mejorar las condiciones de vida de los pobres de las zonas rurales al brindarles acceso a la información, desde el precio de los cultivos hasta los protocolos jurídicos para adquirir la propiedad de la tierra. El acceso a Internet puede simplificar la interacción con las instituciones de gobierno para la realización de trámites simples, como la obtención del documento de identidad, contribuyendo a aumentar la transparencia y a reducir la corrupción en las transacciones con los funcionarios. Como en general los planes de llamadas telefónicas son prepagos, no es necesario comprobar si se es titular de una cuenta bancaria o de un crédito. Entre los habitantes del pueblo que se benefician se encuentran: a) Los empresarios que se ganan la vida vendiendo servicios telefónicos a los pueblos en base al consumo; b) Los vendedores de tarjetas telefónicas prepagas, por ejemplo, jóvenes de las zonas urbanas y propietarios de empresas pequeñas; c) Los usuarios de teléfonos que mejoran su negocio y aumentan sus oportunidades de empleo.

A finales de los noventa, el Grameen Bank, una empresa de Bangladesh que da préstamos a microempresas, instaló la Grameen Telecommunications, una organización sin fines de lucro que proporciona servicios telefónicos de bajo costo para las zonas rurales. Con el dinero de un préstamo del Grameen Bank, los empresarios del pueblo compran teléfonos móviles que luego utilizan para vender servicios telefónicos a otros habitantes del pueblo mediante la llamada. El resultado: los empresarios de teléfonos móviles (95.0% de mujeres) obtienen ganancias, mientras que los habitantes del pueblo obtienen los beneficios de la comunicación instantánea. Las ventajas incluyen la comunicación con miembros de la familia que se encuentran lejos, la facilitación de oportunidades de empleo, la disponibilidad de más opciones en las situaciones de emergencia, el acceso de los agricultores a la corroboración de precios en diferentes mercados antes de vender el producto, y finalmente la posibilidad de transferir fondos de manera rápida y sencilla

### 3.4.3. Paquetes turísticos en el norte de Tanzania

El foco principal del análisis ha sido explorar la parte de la cadena global de valor del turismo de Tanzania, el cual se extiende desde el país de origen de los turistas internacionales, hasta el norte de Tanzania. La razón del foco es simple: Las partes interesadas de Tanzania no pueden ejercer una influencia directa en la cadena de valor del extranjero. Además, las investigaciones que se han hecho sobre el turismo a menudo han involucrado tanta preocupación por el grado del valor captado por los intereses internacionales, que el país receptor se ve forzado a desempeñar el rol inútil de “víctima” impotente de la globalización. Pero la verdad encierra todo lo contrario. Existen muchas medidas muy prácticas que los habitantes de Tanzania pueden tomar para fortalecer el turismo y sus vínculos con las personas de escasos recursos en su país.

Aproximadamente el 38.0% de los ingresos de un paquete vacacional que se vende en Europa para escalar el Monte Kilimanjaro (incluyendo los vuelos) se derivan a Tanzania. Cuando se incluye el gasto discrecional de un turista, la parte del gasto incurrido dentro del país del costo total del paquete se incrementa por encima del 41.0%. Doce por ciento del gasto total del turista (incluyendo el costo del paquete internacional y su gasto discrecional) es para el beneficio de los más necesitados. Al extrapolar el gasto promedio de un alpinista para escalar el Monte Kilimanjaro con un cálculo aproximado de 35000 alpinistas anuales, el resultado es que el gasto total del turista dentro del país será inferior a US\$50 millones por año. Éste es un insumo económico significativo en un contexto rural. De este total, el 28.0%, o un monto por encima de los US\$13 millones, se considera como un gasto en favor de los pobres.

Los beneficiarios directos principales de la cadena de valor para escalar el Monte Kilimanjaro son el personal de alpinistas (mayormente mujeres) - quienes reciben el 62.0% del gasto en beneficio de los pobres -así como el personal no administrativo de los alojamientos. Para algunas personas, el hecho de que Tanzania solamente esté captando cerca de la mitad de la cadena global de valor de los paquetes vacacionales que se venden en Europa, podría parecer una explotación. Para un lugar de destino muy lejano para el turista (donde los vuelos normalmente constituyen entre el 40.0 y 50.0% de los costos totales del paquete), esto es lo que se espera. Para un tanzanés, vender otro *commodity* de gran exportación, como el café, podría parecer un sueño. Cada dólar estadounidense que se gaste en Europa en un paquete vacacional a Tanzania, genera cerca de tres veces el impacto orientado a los pobres (11.0% para los safaris y 12.0% para las vacaciones a fin de escalar el Kilimanjaro,

comparado con el 4.0% del café), y cinco veces el valor para Tanzania (41.0-53.0% comparado con 8.0%), en comparación con un dólar gastado en Europa en una bolsa de café de Tanzania (ODI y SNV, 2009, consultado en OIT, 2011).

#### 3.4.4. Empresa de Turismo Cultural de Mulala, Arusha, Tanzania

Ocho mujeres del pueblo de Mulala en Tanzania se han unido para formar el Grupo de Mujeres Ágape, una cooperativa que funciona dentro del marco de la Empresa de Turismo Cultural de Mulala, una empresa establecida con el apoyo conjunto de la Junta de Turismo de Tanzania y la Organización Holandesa de Cooperación para el Desarrollo (SNV por sus siglas en inglés), con el objetivo de generar actividades turísticas en beneficio de las poblaciones locales, aliviar la pobreza y ofrecer una experiencia turística para complementar los safaris tradicionales. A su llegada, los turistas reciben un cálido recibimiento de las mujeres de Mulala, dirigidas por Mama Anna Pallangyo (Jefa y Coordinadora de la Empresa de Turismo). Se les alienta a visitar la Reserva “Mt. Meru Forest” y hacer un recorrido programado para exhibir la elaboración local de quesos, la elaboración de productos lácteos, las actividades de jardinería y agricultura, la elaboración de pan, el cultivo o producción de café. El programa no sólo beneficia directamente a ocho familias del Grupo de Mujeres, sino que la comunidad entera de Mulala, compuesta por 2,500 personas – se ha beneficiado del mismo. Todos los turistas contribuyen al Fondo de Desarrollo del Pueblo, el cual se utiliza para mejorar la infraestructura de los colegios, el dispensario local y otros proyectos de desarrollo comunitario. Gracias a sus buenos contactos en el sector turismo, el Grupo de Mujeres Ágape también ha podido fortalecer sus vínculos comerciales con los hospedajes para turistas de la zona para suministrarles queso elaborado artesanalmente; el cual se ha convertido en otra fuente importante de ingresos para las personas que conforman el grupo de mujeres, así como para otros agricultores del pueblo, adonde el grupo de mujeres compra la leche para elaborar el queso.

Los factores que influyen en el éxito y las lecciones aprendidas de acuerdo con lo expuesto por la OMT son::

- Las emprendedoras locales, como Mama Anna, tomaron la iniciativa de encaminar este Programa de Turismo Cultural hacia el éxito.
- Se apoyó y alentó a las mujeres para que participaran en el proyecto desde su inicio; y
- Se dio a todas las participantes del proyecto capacitación en técnicas empresariales, fijación de precios,

relaciones con los mercados y registros contables; y se aseguró que ellas dispusieran de la información necesaria para beneficiarse del turismo (OMT, 2011).

#### 3.4.5 Tres Hermanas Pioneras Nepalesas

En respuesta a la demanda de mujeres guías en un sector anteriormente dominado por los hombres en el Himalaya, las tres hermanas Chhetri fundaron la “Three Sisters Adventure and Trekking Company” (Compañía de Aventura y Trekking de las Tres Hermanas) en el año 1994, para ofrecer a los turistas una alternativa de *trekking* compuesta sólo por mujeres. Cinco años después fundaron “Empowering Women Nepal” (EWN) (Empoderamiento de las Mujeres de Nepal) como una ONG. La compañía nepalesa capacita a las mujeres de la localidad como guías y porteadores, a la vez que les ofrece “formación de empoderamiento” para ayudarlas a enfrentar la discriminación. En esta sociedad profundamente patriarcal, las limitaciones para que las mujeres se movilizan hacen que la mayoría de las mujeres solteras se queden en sus casas, y que la mayoría de las mujeres casadas estén desempleadas. No obstante, durante la última década, la EWN ha capacitado y motivado a más de 800 mujeres nepalesas para que ingresen a la industria del turismo. Las hermanas actualmente dan empleo a 100 mujeres en su compañía de *trekking*, las cuales ganan un promedio de 120,000 rupias por año (US\$ 1709) una vez que se convierten en guías.

Superando el escepticismo de la localidad mediante una firme determinación, una clara visión de su misión, y el apoyo de su familia, las hermanas han sido capaces de romper diversos estereotipos de género que estaban muy arraigados. Como lo expresa una de las hermanas, Lucy Chhetri: “*Hemos demostrado que las mujeres somos mental, física y emocionalmente tan fuertes como los hombres.*” Debido en gran parte a sus esfuerzos, ahora las mujeres conforman entre el cinco y diez por ciento de los guías y porteadores de Nepal, ofreciendo a los turistas mayores alternativos y fomentando el empoderamiento y el estatus económico de las mujeres nepalesas (By Kristie Druzca).

Los factores que influyen en el éxito y las lecciones aprendidas son:

- El apoyo familiar para las mujeres y entre ellas, fomenta de gran manera su seguridad, determinación, y habilidad para tener éxito;
- El potencial de las mujeres para tener éxito en el turismo a menudo pasa desapercibido, y no es por falta de dicho

potencial, sino debido a la falta de oportunidades; y

- El cuestionamiento de los tradicionales y restrictivos roles de género por parte de los miembros de la comunidad puede respaldar la libertad de las mujeres para llevar a cabo iniciativas empresariales en el sector del turismo.

Tal mecanismo de cooperación internacional busca incidir en la realidad para transformarla basado en el paradigma de que la pobreza se puede combatir incrementando los ingresos de las pobres hasta alcanzar un mínimo de bienestar sin poner en duda el *status quo*, es decir, sin plantearse que la pobreza es producto de un modelo de desarrollo desigual que favorece los intereses de una minoría en detrimento de los de la mayoría (Gascón, s/f).

No obstante, voces críticas han puesto de relieve que tal mecanismo de cooperación para el desarrollo no va a la base de las causas de la pobreza estructural de los países del sur, pues hay sitios como Ghana - donde menos de una décima parte del gasto que los turistas hacen en el país llega a los pobres (Mitchell, 2010). La teoría convencional del desarrollo busca soluciones a la pobreza en los cambios estructurales producidos por el mercado. Pero una estrategia de libre mercado no puede tender un puente sobre el abismo entre los ricos y los pobres. Tanto el creciente número de pobres como los problemas ambientales en aumento requieren soluciones que sean menos dependientes de los azares del mercado; que tomen en cuenta lo redundante que resulta para grandes porciones de la población su inserción en la estructura actual de la producción y del crecimiento económico y, que en consecuencia, fortalezcan a esta gente, creando un sistema en el cual las comunidades puedan sobrevivir sin una integración completa al mercado global (Gascón, 2011)

En la realidad, el modelo PPT ha demostrado que los beneficios netos del turismo benefician a la población más próspera y no a la más pobre, incluso a gente foránea y no precisamente a la población local, porque lo importante es que los índices globales de pobreza disminuyan.

Tanto la estrategia PPT como el programa *Sustainable Tourism Eliminating Poverty* (ST-EP), se fundamentan en el modelo neoliberal ortodoxo, según el cual el desarrollo económico es fundamental para la lucha contra la pobreza (Gascón, 2011). Con la premisa de que primero se genera la riqueza y luego se distribuye, alienta a los gobiernos de los países pobres a que apoyen a las transnacionales de los países ricos para que apliquen “políticas PPT”, con la confianza de que los beneficios se verán a largo plazo. En resumen, el planteamiento PPT no ve problema en que haya un incremento de las diferencias socioeconómicas,

si a la larga la población pobre se beneficia aunque sea de manera marginal (Gascón, 2011). En este sentido, la pobreza se mide a través de los ingresos de la población

No obstante, ejemplos que demuestren los beneficios reales para los pobres cuando éstos se dedican al turismo, siguen siendo escasos (Ashley & Goodwin, 2007). Una limitación del modelo pro-pobre es que está enfocada en el nivel micro. El turismo pro-pobre no se aplica a todas las formas de turismo, aunque se intenta, es un producto de nicho como el ecoturismo o el turismo comunitario, sitios para acampar o caminatas, por ello no se puede lograr un impacto a escala. Asimismo, se ha puesto muy poca atención en los vínculos con el mercado. Los recursos económicos de organismos nacionales e internacionales se destinan a proporcionar capacitación, en el mejor de los casos, o a la construcción de infraestructura, en su mayoría, pero los productos fracasan por no tener una demanda doméstica o internacional lo que reditúa en que no se mejoren los medios de vida. En casi todos los casos, se anima a las comunidades a iniciar proyectos turísticos y luego de invertir dinero, trabajo y propiedades, los turistas no llegan (Ashley & Goodwin, 2007).

En oposición al modelo PPT, los planteamientos altermundistas del turismo sostienen que la pobreza y la marginalidad no dependen tanto de la cantidad de ingresos obtenidos como de la situación del individuo dentro de la estructura social. Así aunque los pobres consigan aumentar sus ingresos, los que están en mejor situación socioeconómica aumentarán su poder económico por un mayor acceso a recursos y su poder político por un mayor papel en los procesos de toma de decisiones (Gascón, 2011). Así este paradigma de cooperación se enfoca en que la pobreza estructural es resultado de un acceso diferenciado a los recursos, más concretamente, por la enajenación de la mayoría en favor de una minoría. La distribución de la riqueza intergeneracional e intergeneracional es un requerimiento *sine qua non* para combatir la pobreza (Gascón, s/f).

El planteamiento altermundista pone el acento en la marginalidad o la exclusión social, en este sentido no sólo es importante el ingreso, sino la posición de la persona dentro de la escala socioeconómica, es decir, aun cuando una persona o grupo tenga un buen ingreso, es necesario tener acceso a los medios adecuados para sobrevivir y no verse marginado de las decisiones políticas, culturales y económicas de su comunidad. En el PPT y ST-EP el enriquecimiento de unos repercute en el empobrecimiento de la mayoría por la enajenación o acaparamiento de los recursos existentes. Para que eso no suceda, la lucha contra la pobreza debe pasar por un cambio en las

estructuras socioeconómicas que permitan una distribución justa de las ganancias del turismo (Gascón, s/f).

Mientras el PPT concibe a la pobreza como una enfermedad que puede atacarse aislándola del contexto en la que se produce, las posturas altermundistas apuestan por una redistribución de los beneficios y un control estricto de su crecimiento a la capacidad de resiliencia o auto-mantenerse y persistir frente a perturbaciones y los cambios del medio (Gascón, 2011). Barkin (2003) sostiene que si bien el ecoturismo puede considerarse como una actividad económica ideal para promover la sostenibilidad y el desarrollo, no puede tener éxito por sí sola. Si tal actividad no va acompañada de una estrategia integral que diversifique la producción y que fortalezca la organización social, no habrá resultados en el alivio a la pobreza de las comunidades.

#### 4. Conclusiones

Como pudo observarse, la pregunta con la que se inició este trabajo no se responde totalmente, pues en ambos casos, el PPT y la propuesta altermundista, se encontraron argumentos en favor y en contra. No obstante dicha polémica, se requieren estudios que arrojen evidencia empírica sobre la atenuación o no de la pobreza en comunidades turísticas, así como metodologías para ello. Existe una ausencia de monitoreo sistemático y documentado sobre los cambios en los medios de vida de la gente pobre debido al turismo. No se sabe a ciencia cierta de algún destino donde la gama completa de impactos del desarrollo del turismo en los niveles de pobreza (no sólo de un grupo, sino de diferentes grupos de pobres) haya sido evaluada. Aun cuando existe abundante literatura para adoptar la estrategia pro-pobre, existe poca literatura que cuantifique resultados tangibles. El ejemplo que se cita de forma reiterada es el aumento de ingresos en Gambia pues hay pocos ejemplos publicados de investigaciones (Ashley y Goodwin 2007).

Pero más aún, es necesario incorporar la propia voz de las comunidades, la perspectiva étnica, preguntándoles sobre su propio concepto de miseria y si desde su experiencia, el turismo contribuye o no en su disminución, en general o particularmente de qué tipo de pobreza.

Asimismo, si se considera que el turismo como mecanismo en el combate a la pobreza es particularmente recomendable en proyectos de turismo comunitario, hace falta considerar la dimensión cultural. Se ha considerado que el turismo comunitario debe ser un éxito en las poblaciones rurales e indígenas por el hecho de que están acostumbrados a trabajar comunitariamente, no obstante, esta actividad es un negocio, y como tal subyace la lógica de lucro.

Por su parte el trabajo comunitario se fundamenta en la “ayuda”, bien o servicio proporcionado en reciprocidad que cumple con el propósito de garantizar las relaciones sociales de cooperación entre los grupos domésticos. Quienes apuestan al turismo en comunidades rurales o indígenas obvian que tal sistema funciona debido a que existe una normatividad con reglas de conducta que coaccionan material y simbólicamente para participación y colaboración de los miembros de la comunidad.

Por otra parte, consolidar una estrategia productiva como el turismo no es tarea fácil. Más allá de que las agencias de cooperación animen a las comunidades a sostener este tipo actividad, requiere de mucho esfuerzo, voluntad y preparación por parte de las familias campesinas, comunidades rurales o pueblos indígenas implicados. La principal dificultad es el origen no tradicional del turismo y la falta de referentes culturales con las que emprender con mayor seguridad y autonomía este nuevo tipo de negocio a diferencias de las actividades agropecuarias, lo anterior hace que dependan en gran medida de agentes externos para que les “orienten”. En este tenor muchas veces los proyectos fracasan por una falta de apropiación de la propuesta, una vez que se les deja trabajar solos (Cañada, s/f).

Para hacer una evaluación sobre la eficacia del turismo comunitario como estrategia para la disminución de la pobreza, se requiere considerar los aspectos sociales, culturales y económicos de los habitantes de las comunidades.

#### Referencias

- Ashley, C., Goodwin, H. 2007. Turismo pro-pobre ¿Qué ha ido bien y qué ha ido mal? Overseas Development. Development Institute Opinion 80. [En línea]. Disponible en: <http://www.odi.org.uk/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/142.pdf>. (15 de octubre de 2012)
- Banco Mundial. 2013. Se registra una disminución notable de la pobreza mundial, pero persisten grandes desafíos. [En línea]. Disponible en: <http://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2013/04/17/remarkable-declines-in-global-poverty-but-major-challenges-remain>. (17 de junio de 2013).
- Barkin, D. 2003. Alleviating poverty through ecotourism: Promises and reality in the monarch butterfly reserve of Mexico. *Environment, Development and Sustainability* 5 (3-4): 371-382.
- Cañada, E. (s/f) “¿Debe el turismo comunitario orientarse al mercado de altos ingresos?” El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces. Foro Turismo Responsable y Colección de tesis. [En línea]. Disponible en

[http://www.economiasolidaria.org/files/El\\_turismo\\_en\\_el\\_inicio\\_del\\_milenio.pdf](http://www.economiasolidaria.org/files/El_turismo_en_el_inicio_del_milenio.pdf) (17 de julio de 2013).

Gascón, J. 2011. La metodología “Pro-Poor Tourism”: un análisis crítico. *Opiniones en Desarrollo. Programa Turismo responsable*. Artículo núm. 9. Enero de 2011. [en línea]. Disponible en: <http://www.albasud.org/publ/docs/39.pdf>. (25 de noviembre de 2013).

Gascón, J. (s/f). Acción para un Turismo Responsable; ¿Pro-Poor Tourism? La cooperación internacional como fuente de legitimidad de los intereses transnacionales. En *Turismo para el Desarrollo*. Obra Social Fundación La Caixa. [En línea]. Disponible en: [http://multimedia.lacaixa.es/lacaixa/ondemand/obra\\_social/agendaelectronica/cooperacion\\_internacional/turismo/pdf/turismo\\_para\\_el\\_desarrollo.pdf](http://multimedia.lacaixa.es/lacaixa/ondemand/obra_social/agendaelectronica/cooperacion_internacional/turismo/pdf/turismo_para_el_desarrollo.pdf) (12 de enero de 2011).

IFAD. 2002. Sustainable livelihoods approach, Roma. Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola. [En línea]. Disponible en: [www.ifad.org/sla](http://www.ifad.org/sla) (25 de agosto de 2012).

Mitchell, J. 2010 An unconventional but essential marriage: pro-poor tourism and the mainstream industry Private Sector Development PROPARCO'S MAGAZINE. Issue 7 September [En línea]. Disponible en: <http://blog.private-sector-and-development.com/media/00/02/4109006919.pdf#page=3> (12 de febrero de 2013).

Nogués, A.M. 2009. Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 7 (1): 43-56.

Pinto, D.M.C., Hidalgo, M.. 2012. Desarrollo, Turismo y Pobreza: una mirada crítica. *Estudios Turísticos* No. 192: 71-88.

OIT. 2011. Guía Práctica sobre la Reducción de la Pobreza a través del Turismo. Organización Internacional del Trabajo. [En línea]. Disponible en:

[http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed\\_emp/documents/instructionalmaterial/wcms\\_176292.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_emp/documents/instructionalmaterial/wcms_176292.pdf). Ginebra, Suiza. (Febrero de 2013)

OMT. 2009. El turismo, instrumento para la reducción de la pobreza. Organización Mundial del Turismo (OMT). Fundación STEP de la OMT. [En línea]. Disponible en: <http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/turismoinstrumentoreduccionpobreza2009esp.pdf> (10 de diciembre de 2012).

OMT. 2011. El turismo es un instrumento para reducir la pobreza, afirma el Presidente Guebuza de Mozambique, que se suma a la campaña mundial de la OMT y el CMVT. Reunión de Líderes mundiales por el turismo de la OMT y el CMVT, 28 de junio de 2011. Maputo, Mozambique. [En línea]. Disponible en: <http://www2.unwto.org/es/press-release/2011-07-12/el-turismo-es-un-instrumento-para-reducir-la-pobreza-afirma-el-presidente-0> (15 de noviembre de 2012).

STEP-UNWTO. 2011. El turismo y la atenuación de la pobreza. Sustainable Tourism Eliminating Poverty-Red de la Organización Mundial del Turismo. Adaptations the "Manual on Tourism and Poverty Alleviation, Practical Steps for Destinations.

UNWTO, SNV. 2010. El turismo y la atenuación de la pobreza. [En línea]. Disponible en: <http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>. (9 de octubre de 2012).

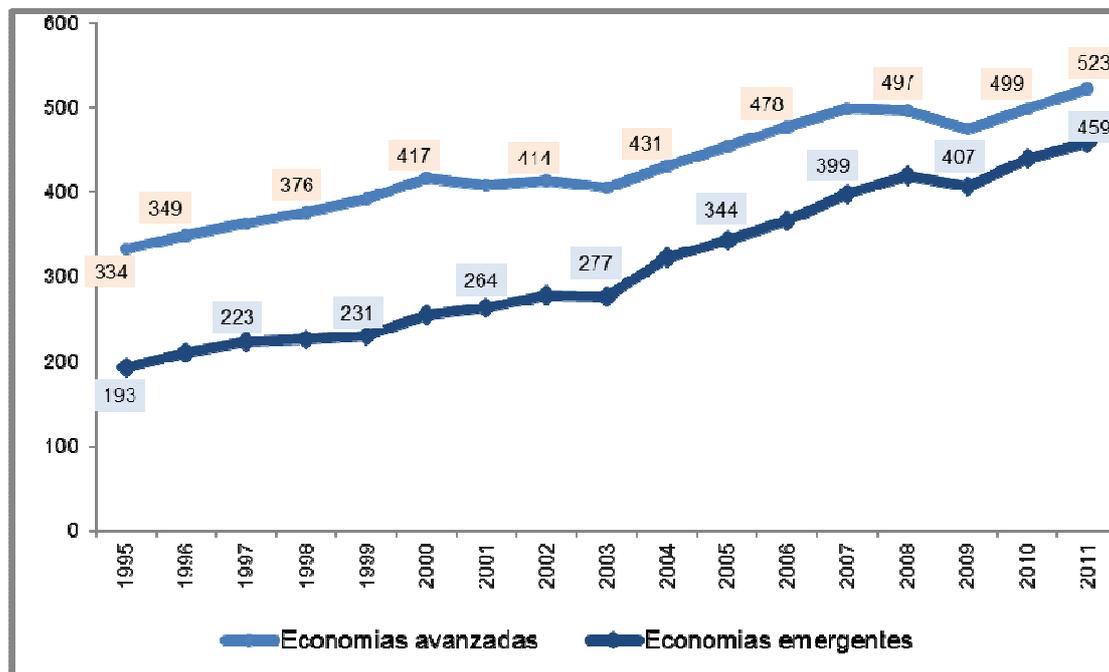


Figura 1. Comportamiento de turistas internacionales a economías emergentes y desarrolladas (Millones llegadas). Fuente: Elaboración propia con datos de STEP-UNWTO, 2011.