

Resumen del artículo

## El problema del desarrollo turístico. Aproximaciones en clave latinoamericana

### The problem of touristic development. Approaches from Latin American perspective

Facundo M. Hernández

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

fmhernandez12@yahoo.com.ar

 <https://orcid.org/0000-0003-0493-2481>

Profesor en Geografía, Universidad Nacional del Mar del Plata.

Recibido: 14 de junio de 2023

Aprobado: 18 de diciembre de 2023

#### Resumen

El artículo indaga sobre las contradicciones y antagonismos que causa el turismo en relación a los supuestos aportes socioeconómicos y socioambientales que proporciona al territorio y a la comunidad involucrada. La premisa parte de poner en discusión las afirmaciones de instituciones supranacionales, estatales, privadas y organizaciones sociales acerca de su contribución al desarrollo integral de una sociedad debido al efecto multiplicador que se le asigna. La pregunta que se instala es la siguiente: si el turismo es ratificado como una salida frente a crisis sectoriales y sistemáticas localizadas, ¿por qué la situación socioeconómica en varias de las localidades, regiones y países en los que el capital turístico se reproduce intensiva y extensivamente sigue siendo desfavorable? El otro aspecto contributivo del turismo es su reafirmación como un derecho ligado al descanso, ocio, a la recreación y a las vacaciones pagas de la clase trabajadora. En base a esta



REFLEXIÓN TEÓRICA

EL PROBLEMA DEL DESARROLLO TURÍSTICO. APROXIMACIONES EN CLAVE LATINOAMERICANA  
Facundo M. Hernández

1

Intersticios Sociales  
El Colegio de Jalisco  
septiembre 2024-febrero 2025  
núm. 28  
ISSN 2007-4964

concepción, expresamos una pregunta que abre un cuadro de debate: si el turismo es un derecho, ¿quién lo garantiza y para quién se hace efectivo?

**Palabras clave:** capital turístico, antagonismos, derechos, desposesión, Lationamerica.

Para dar una respuesta reflexiva a las cuestiones formuladas proponemos dos niveles generales de análisis que expresan las dos vertientes específicas de lo que encuadramos como el problema del “desarrollo turístico”: el negocio asociado y el acceso a la práctica, tomando como punto de referencia para su abordaje diferentes ejemplos latinoamericanos. Para tal fin, se trabajó con una metodología que consistió en trabajos de campo, observación directa, fotografías, digestos normativos, análisis de datos y fuentes secundarias.

### Abstract

The article investigates the contradictions and antagonisms caused by tourism in relation to its supposed socioeconomic and socioenvironmental contributions to the territory and the involved community. The premise begins by questioning the claims made by supranational institutions, governments, private entities, and social organizations regarding the contribution of tourism to the overall development of a society due to the assigned multiplier effect. The underlying question is the following: Why does the socioeconomic situation in many localities, regions, and countries where tourism capital is extensively reproduced remain unfavourable if tourism is reaffirmed as a solution to localize and systematic sectoral crises? Another contributing aspect of tourism is its affirmation as a right associated with rest, leisure, recreation, and paid vacations for the working class. Based on this conception, we raise a question that opens up a debate: Who guarantees tourism and for whom is it made effective if it is a human right?

To provide a reflective response to the raised issues we propose two general levels of analysis that encompass the two specific aspects of what we frame as the “tourism development” problem: the associated business and access to practice. We use different Latin American examples as a reference point to address these levels. To achieve this, we employed a methodology that consists in fieldwork, direct observation, photography, analysis of regulatory digests, data analysis, and secondary sources.

**Keywords:** tourism capital, antagonisms, rights, dispossession, Latin America.

## Introducción

El turismo tiene variadas definiciones. Como no es el objetivo repasar discrepancias y coincidencias entre las formas de encuadrarlo, tomamos como punto de partida la clásica definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT), para el cual “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.<sup>1</sup> Este tipo de definiciones, generales y genéricas, abren una serie de interrogantes que pueden ser abordadas desde una perspectiva crítica. Esto último lo hacemos como parte de una tradición de estudios que analizan cómo el turismo se inserta dentro de un régimen social que se apoya en la economía de mercado y qué tipo de problemáticas se coligan.<sup>2</sup>

Estudiar el fenómeno turístico en clave crítica implica reconocer que la posibilidad de realizar tal o cual actividad, la duración de la estancia, las distancias recorridas, las fronteras cruzadas, el tipo de destinos y atractivos visitados, la modalidad y confort de alojamiento, el sistema y calidad de transporte elegido, entre otras cuestiones ligadas a la experiencia turística, están determinadas, en buena medida, por el poder adquisitivo con el que cuenta cada individuo, familia o grupo social. A mayor poder adquisitivo, mayor “libertad” para elegir. Por tal motivo, la práctica turística es excluyente. La cuestión de quiénes y cómo acceden al turismo revela las formas de segmentación del mercado y cómo esto se vincula con la posibilidad, o no, del conjunto de la clase trabajadora (ocupada y desocupada) de conquistar el derecho al tiempo libre, al ocio y a la recreación, para reinvertirlo en viajes turísticos.

Otra arista de los estudios críticos es dar cuenta sobre quiénes se benefician con el desarrollo del turismo, esto es, quién se apropia de la ganancia que deja el gasto y consumo en los destinos turísticos. Esto último engloba la

1 Amparo Sancho, *Introducción al Turismo* (Madrid: Organización Mundial del Turismo, 1994), 11.

2 Se remite a las referencias: Louis Turner y John Ash, *The golden hordes: International tourism and the pleasure periphery* (Londres: Constable, 1975); Stephen Britton, “The political economy of tourism in the third world”, *Annals of Tourism Research* 9, núm. 3 (julio-septiembre de 1982); David Harrison, “Tourism, Capitalism and Development in less developed countries”, en *Capitalism and Development*, ed. Leslie Sklair (Londres: Routledge, 1994); Allen Cordero Ulate, *Nuevos ejes de acumulación y naturaleza. El caso del turismo* (Buenos Aires: Flacso, 2006); Michael Hall, “Tourism and the Capitalocene: From Green Growth to Ecocide. Tourism”, *Tourism Planning & Development* 19, núm. 1 (enero-febrero de 2021).

cuestión de cómo se reproduce y acumula el capital turístico (material y simbólico) y qué acontece con los trabajadores de los sectores involucrados (las formas específicas y generales de régimen laboral) y de la comunidad afectada o comprometida con el ciclo socioeconómico que se instala en un destino turístico. En forma asociada, son relevantes los análisis de las transformaciones territoriales que acontecen en los lugares incorporados al mercado turístico, tanto en su dimensión material como simbólica.<sup>3</sup>

Las interrogantes y temas que surgen de cara al fenómeno del turismo conducen a detectar contradicciones y antagonismos singulares que reproducen y agudizan el desarrollo de este. En función de las dimensiones analíticas mencionadas, el objetivo del artículo es contribuir a la discusión de qué tipo de turismo se propone e instala como forma de desarrollo u opción de salida a crisis localizadas o sectoriales, quiénes lo formulan, con qué intereses y qué tipo de contradicciones se evidencian, utilizando casos latinoamericanos para ilustrar el paradigma que gobierna la lógica del desarrollo turístico. La finalidad es poner en debate el discurso lineal de que en toda geografía ofertada turísticamente la sociedad se nutre de “atributos virtuosos” que se le asignan (sin debate alguno) al sector turístico.

Como veremos en el desarrollo del trabajo, el enunciado del efecto derrame, el efecto multiplicador y la industria sin humo que se le atribuyen al turismo son argumentos colocados por diversos actores con intereses en el desarrollo del sector y con poder económico y político. El pensamiento lineal con el que querellamos está reflejado en las aseveraciones del secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, el cual sostiene que el turismo es un auténtico motor de solidaridad y desarrollo.<sup>4</sup> Para elaborar la contraargumentación a este tipo de expectativa u optimismo corporativo haremos una selección de problemáticas de casos latinoamericanos emblemáticos con los que hemos trabajado en los últimos años.

A modo de cierre, se pone en relevancia la cuestión de si es posible un turismo que subvierta la cuestión clasista en la oferta y demanda de destinos y servicios, el predominio de la lógica de mercado en la organización del sector y las transformaciones territoriales guiadas por los intereses del capital. Esto

3 Se remite a las referencias: Ángeles López Santillán y Gustavo Marin Guardado, “Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura”, *Relaciones. Estudios de historia y sociedad* 13, núm. 123 (julio-septiembre de 2010); David Navarrete Escobedo, “Turismo gentrificador en ciudades patrimoniales. Exclusión y transformaciones urbano-arquitectónicas del patrimonio en Guanajuato, México”, *Revista INVI* 32, núm. 89 (enero-abril de 2017); Moisés Hidalgo Moratal, “El turismo como factor de desarrollo en el capitalismo del siglo XXI: impactos sociales y ambientales”, *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa* 28 (enero-abril de 2018).

4 “Código Ético Mundial para el Turismo”, OMT Turismo, <https://www.unwto.org/es/codigo-etico-mundial-para-el-turismo> (consultado el 8 de septiembre de 2022).

se puede sintetizar con la siguiente pregunta: ¿hay posibilidad de desarrollar y mejorar las condiciones de vida de una sociedad que vive en un destino turístico y al mismo tiempo garantizar el derecho a viajar como práctica de ocio, recreación y formación a las masas obreras ocupadas y desocupadas?

## Metodología

Se trabajó con bibliografía especializada, estadísticas de organismos oficiales y corporativos del sector turístico, y se organizaron y analizaron digestos normativos para diferentes casos mencionados en el texto. En forma complementaria, en algunos destinos turísticos abordados como casos se efectuaron relevamientos de campo y fotográficos de las experiencias turísticas para contribuir en la validación argumentativa de los cuestionamientos que se sostienen en el artículo.

Para el cálculo de lo que denominamos *plusvalía hotelera* se partió del concepto de plusvalía de Marx,<sup>5</sup> quien lo encuadra en lo que denomina la segunda etapa del proceso de trabajo, en la cual el obrero rebasa las fronteras del trabajo necesario y no crea valor alguno para él, lo cual define como *trabajo excedente*, y a la plusvalía, como la materialización de este. La cuota de la plusvalía es la expresión exacta del grado de explotación de la fuerza de trabajo por el capitalista.<sup>6</sup> Así, para el asunto de la plusvalía hotelera, en el presente documento se relevaron los sueldos promedio de los trabajadores del sector hotelero de diferentes países latinoamericanos mediante la consulta de la escala salarial por convenio colectivo comunicada por los respectivos sindicatos sectoriales. Para especificar aún más el cálculo, se utilizaron como referencias complementarias las plataformas mundiales más importantes de empleo Indeed, Monster.com y Glassdoor, ya que en las tres hay informes de salarios (repcionistas) de la cadena hotelera internacional seleccionada como caso testigo. Los precios de las habitaciones estándar se obtuvieron de la plataforma de reserva de cada uno de los complejos hoteleros seleccionados.

5 Karl Marx, *Capital, trabajo, plusvalía* (Buenos Aires: Longseller, 2010).

6 Marx, *Capital*.

## El desarrollo turístico global

En el turismo, la inequidad socioespacial que caracteriza la etapa actual de desarrollo capitalista<sup>7</sup> adquiere rasgos singulares. Esto acontece tanto al interior del conjunto de quienes acceden a la realización turística (división de clases y segmentación de consumidores) como entre el colectivo de turistas –y su nicho espacial escenificado– y la población residente –y su espacio cotidiano–. Sin embargo, actores del poder financiero mundial y agencias estatales promueven al turismo para resolver crisis localizadas que el propio sistema económico origina. En efecto, los organismos internacionales de crédito y fomento como el Banco Mundial (BM), Banco Interamericano de Desarrollo (BID) o el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) recomiendan y financian emprendimientos turísticos sostenibles para que se inserten en regiones empobrecidas. Ejemplos en América Latina son el financiamiento que aprobó el BM<sup>8</sup> para la realización del Proyecto de Turismo y METRA en la región de Cusco (Perú) y el Programa de Apoyo a la Recuperación y Expansión del Sector Turismo en El Salvador financiado por el BID.<sup>9</sup> Lo paradójico es que la fórmula que proponen dichos organismos es para atizar las consecuencias del propio sistema que contribuyen a reproducir como actores de poder en la región, con lo cual acrecientan las deudas externas y condicionan la autonomía de los gobiernos al exigir medidas concretas para cumplir las metas de pagos.

Un claro ejemplo de fomento del turismo como solución a la inequidad socioespacial es la iniciativa de la OMT, “Turismo Sostenible-Eliminación de la Pobreza (ST-EP)”, sigla que deriva de su nombre en inglés, *Sustainable Tourism-Eliminating Poverty*. La iniciativa se creó en 2002 durante la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible celebrada en Johannesburgo (Sudáfrica) y convocada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la cual desde entonces brinda apoyo y asistencia financiera a emprendimientos turísticos en países con altos índices de pobreza con el fin de que se fomenten puestos de trabajo e ingresos para las “personas que viven con menos de un dólar al día”.<sup>10</sup> Su principal propósito es “fomentar la eliminación de la pobreza mediante programas y proyectos de desarrollo sostenible del turismo

7 Edward Soja, *Seeking Spatial Justice* (Minneapolis: University of Minnesota Press, 2010); Thomas Piketty, *Capital in the Twenty-First Century* (Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press, 2014); Maristella Svampa, *Neo-Extractivism in Latin America. Socio-environmental Conflicts, The Territorial Turn, and New Political Narratives* (Cambridge: Cambridge University Press, 2019).

8 Sandra Arzubaga, “Banco Mundial ratifica apoyo a Proyecto de Turismo y METRA en Cusco”, *Noticias el Banco Mundial*, 13 de diciembre de 2016, <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2016/12/13/banco-mundial-ratifica-apoyo-a-proyecto-de-turismo-y-metra-en-cusco> (consultado el 8 de septiembre de 2022).

9 Banco Interamericano de Desarrollo, “Comunicado de Prensa: BID aprueba US\$106 millones para apoyar la recuperación del sector turismo de El Salvador”, *Noticias del BID*, 28 de septiembre de 2022, <https://www.iadb.org/es/noticias/bid-aprueba-us106-millones-para-apoyar-la-recuperacion-del-sector-turismo-de-el-salvador> (consultado el 8 de diciembre de 2022).

10 OMT, *Turismo y atenuación de la pobreza* (Madrid: OMT, 2003), 15.

que puedan protegerse cuidando la cultura y el entorno natural”.<sup>11</sup> Para reforzar sus fundamentos, el programa del ST-EP referencia al desarrollo turístico sostenible como único medio con el que cuentan los sectores más desfavorecidos para resolver el problema de la pobreza estructural y sistemática. En este sentido, la OMT sostiene que “el turismo sostenible es [...] una de las pocas oportunidades de desarrollo para los pobres”.<sup>12</sup> El objetivo “altruista” que se plantea desde el organismo puede leerse como la siguiente sentencia: desarrollo turístico o pobreza.

Concretamente, los programas diseñados por el capital financiero internacional para mejorar la situación de las comunidades empobrecidas a través del desarrollo turístico sostenible no sintonizan con las tendencias que predominan en el sector: la histórica concentración global del capital turístico como eje de acumulación,<sup>13</sup> su utilización para robustecer la especulación financiera e inmobiliaria,<sup>14</sup> los impactos socioambientales negativos que, contradictoriamente, afectan las amenidades de los atractivos<sup>15</sup> y el predominio del trabajo informal, flexibilizado y mal pagado.<sup>16</sup>

Los objetivos fijados por los organismos de gobierno y supranacionales que planifican y gestionan el turismo mencionan, como común denominador, una meta clave que se consolida conforme evoluciona el sector: reducir el impacto de las crisis sistémicas, sectoriales o localizadas. Esta instalación del turismo como “salvavidas” de economías asfixiadas por crisis agudas o crónicas prevalece porque el sector, efectivamente, contribuye a la realización del capital en diferentes sectores asociados y encadenados productivamente, lo que se conoce como *efecto multiplicador*.<sup>17</sup> Visto así, el desarrollo turístico se transforma en una expectativa, esto es, que la inserción de una economía nacional, regional o local en el mercado de destinos turísticos contribuye al bienestar general de la comunidad comprometida con su ciclo. Desde esta lógica, el desarrollo turístico provee y gestiona en el espacio socialmente producido un *efecto goteo*,<sup>18</sup> el cual se efectiviza en la medida que hay una redistribución de los beneficios acaudalados por el empresariado y el erario público hacia la periferia del *hinterland* turístico. En estas áreas periféricas, que no integran el espacio vivenciado densamente por el turista (*hinterland*

- 11 OMT, 16ta Reunión de la Asamblea General (Madrid: OMT, 2005), 1.
- 12 OMT, Turismo, 1.
- 13 Britton, “The political economy”; Cordero Ulate, *Nuevos ejes*; Marianne Brito Rodríguez, “La actividad turística en los espacios del capital”, *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa* 3, núm. 5 (enero-junio de 2016).
- 14 Carmen Mínguez, María José Piñeira y Alfonso Fernández-Tabales, “Social Vulnerability and Touristification of Historic Centers. Sustainability”, *Sustainability* 11, núm. 16 (enero-diciembre de 2019); Juan Manuel Viver, (No) Todo es mercantilizable. *El entramado financiero en el sector del turismo* (Barcelona: Observatori del Deute en la Globalització, 2019).
- 15 Ugur Sunlu, “Environmental impacts of tourism”, en *Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean Region*, eds. Domenico Camarda y Laura Grassini (Paris: Centre International de Hautes Études Agronomiques Méditerranéennes, 2003); Peter Wong, “Environmental impacts of tourism”, en *A Companion to Tourism*, eds. Alan Lew, Michael Hall y Allan Williams (Oxford: Blackwell, 2004).
- 16 Aziz Özkoç y Nurgül Çalişkan, “Job Insecurity from a Multi-faceted Perspective of the Tourism Sector”, en *Global Issues and Trends in Tourism*, eds. Cevdet Avcikurt, Mihaela Dinu, Necdet Hacıoğlu, Recep Efe, Abdullah Soykan y Nuray Tetik (Sofía: St. Kliment Ohridski University Press, 2016); Felipe Rubí-González y Alejandro Palafox-Muñoz, *El turismo como catalizador de la pobreza. Trabajo turístico y precariedad en Cozumel, México* (Barcelona: Alba Sud, 2017).

- 17 Sergiu Rusu, "Tourism multiplier effect", *Journal of Economics and Business Research* 17, núm. 1 (enero-junio de 2011); Gabriela Pascariu y Bogdan-Constantin Ibănescu, "Determinants and implications of the tourism multiplier effect in EU economies. Towards a core-periphery pattern?", *Amfiteatru Economic* 20, núm. 12 (enero-diciembre de 2018).
- 18 David Harvey, *Rebel Cities: From the Right to the City to the Urban Revolution* (Londres: Verso, 2013).

- 19 "Población Mundial", Fondo de Población de las Naciones Unidas, <https://www.unfpa.org/es/data/world-population-dashboard> (consultado el 10 de junio de 2022).
- 20 OMT, *World Tourism Barometer* (Madrid: OMT, 2021).
- 21 OMT, *World Tourism*.

turístico), coexiste la población que forma parte de la fuerza laboral que se emplea, entre otros, en los sectores alcanzados por el efecto multiplicador.

Por tales propiedades, el turismo es ponderado como una herramienta idónea para el desarrollo territorial, local, regional. A través de dispositivos propagandísticos, se baja una línea desde el Estado y del capital privado de que la inserción de un lugar en el mercado turístico pone en valor, en forma sostenible, la belleza de un entorno paisajístico o las cualidades culturales de un pueblo; define una postal que se proyecta y difunde en un mundo globalizado y competitivo; atrae inversiones que mejoran la calidad de vida de la población del lugar; promueve múltiples fuentes de trabajo; etcétera. Dentro de este razonamiento, el turismo es portador de "virtuosismo".

Sin dejar de reconocer las contribuciones del desarrollo turístico en términos de inversiones, empleo, obras públicas, etcétera, consideramos que la linealidad de igualar turismo a desarrollo integral es una entelequia instalada por agentes con intereses puestos en el crecimiento del sector. Si analizamos la evolución de los flujos turísticos internacionales, de movilidad e ingresos, vemos cómo los países más avanzados del capitalismo concentran no solo el flujo emisor, sino que también lo hace en ganancias, en la captación del gasto turístico. El grupo de países que conforman Europa Occidental, más Estados Unidos de América (EUA), Canadá, Japón, Corea del Sur, Australia y Nueva Zelanda (en total 17 países) representan solo 12 % de la población mundial,<sup>19</sup> pero concentran 50,5 % de los ingresos generados por turismo internacional.<sup>20</sup> Además, este grupo de 17 países son los generadores de 42,8 % del gasto turístico por viajes internacionales.<sup>21</sup> Estos datos dan cuenta de la concentración del desarrollo turístico a escala global y las asimetrías existentes y persistentes.

En función de lo apuntado, los flujos del turismo mundial reflejan un ida y vuelta entre los países del capitalismo desarrollado y los países emergentes con mercados dinámicos y potentes. Si agregamos a China al grupo de países del desarrollo capitalista, el porcentaje de participación se eleva a 57,4 % del total de los ingresos por turismo internacional y a 68,6 % en gastos por turismo. Estos datos reflejan el aporte del gasto chino en la

reproducción del capital turístico.<sup>22</sup> Esto significa que el turista de un país del grupo mencionado viaja con más frecuencia a otro país del mismo conjunto, lo que pone en discusión la hipótesis de que a través de la movilidad turística internacional se transfieren beneficios que rescatan a las economías más empobrecidas de su situación. Por otro lado, la mayoría de la población mundial no accede a las llamadas monedas “fuertes” (dólares y euros), que son las que predominan en las transacciones del turismo internacional. Esto último refuerza el histórico predominio de los países del desarrollo capitalista (de la población) en la posibilidad de viajar al exterior, al acceder en su vida monetaria a dólares y euros, al mismo tiempo que el resto de los países pasan a ofertarse (en el caso de que estén dadas las condiciones) como destinos económicos por tener devaluadas sus monedas. Turner y Ash definieron la existencia y expansión de *periferias del placer*<sup>23</sup> para demostrar que la dinámica del capital turístico está alineada con la expansión neoimperialista, tanto en lo que se refiere a su lógica territorial como capitalista.<sup>24</sup>

En el turismo, al igual que en todos los sectores de la economía, las políticas de corte neoliberal (desregulación, privatización y abandono de áreas de provisión social) y el proceso de globalización contribuyeron a incrementar el tamaño y el poder de corporaciones globales. Esta tendencia se puede corroborar en el grado de desarrollo y concentración del capital hotelero y su influencia en la agenda política de países y regiones que se ofertan como destinos turísticos en la división territorial del trabajo.<sup>25</sup> El dato que lo refleja es que mientras en 1995 las 10 principales cadenas hoteleras poseían 2.270.286 habitaciones distribuidas en menos de 50 países, en 2020 alcanzan las 8.344.941 (gráfico 1) en más de 130 países, lo que representa una tasa de crecimiento anual de 17,8 % y una capacidad de alojamiento superior a 25 millones de pasajeros, de acuerdo con los datos extraídos de los informes de la publicación especializada en la industria hotelera internacional *Hotels Magazines* en sus ediciones de 1996 y 2021. Esto se condice con el crecimiento de los ingresos por turismo internacional que fue de 17,7 % en el período 1995-2019, lo que pone de manifiesto que las grandes empresas hoteleras crecen al unísono con las ganancias generadas por el desarrollo turístico global (gráfico 2).

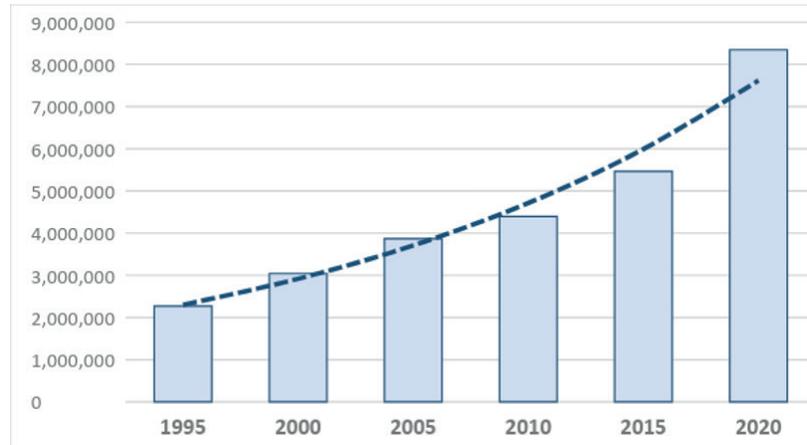
22 OMT, *World Tourism*.

23 Turner y Ash, *The golden hordes*.

24 David Harvey, *The New Imperialism*. Clarendon Lectures in Geography and Environmental Studies (Oxford University Press, 2005).

25 Milton Santos, *A natureza do espaço. Técnica e tempo, razão e emoção* (San Pablo: Hucitec, 1996).

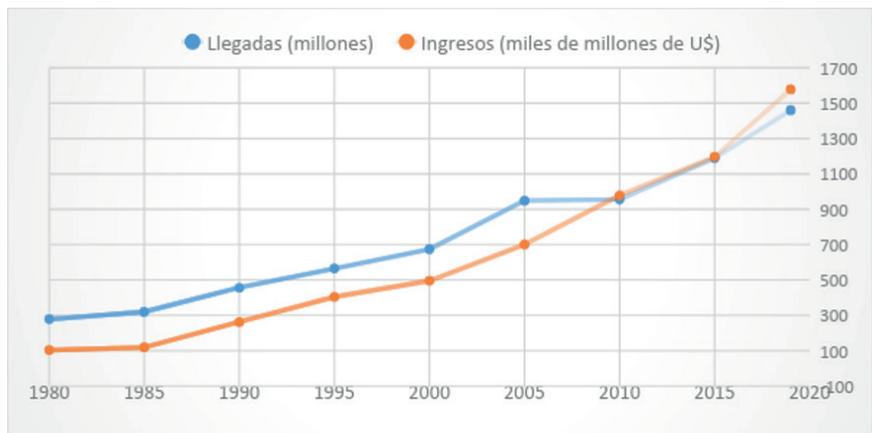
**Gráfico 1. Total de habitaciones ofertadas por las 10 principales cadenas hoteleras del mundo y su crecimiento exponencial (1995-2020)**



26 *Hotels Magazine*: “Special Report” 31, núm. 6 (julio-agosto, 1996); “Special Report”, 36, núm. 6 (julio-agosto, 2001); “Special Report”, 41, núm. 6 (julio-agosto, 2006); “Special Report”, 46, núm. 6 (julio-agosto, 2011); “Special Report”, 51, núm. 6 (julio-agosto, 2016), “Special Report”, 31, núm. 3 (julio-agosto, 2021).

Fuente: Elaboración propia con base en los datos relevado por *Hotels Magazine*.<sup>26</sup>

**Gráfico 2. Llegadas e ingresos por turismo internacional (1980-2019)**



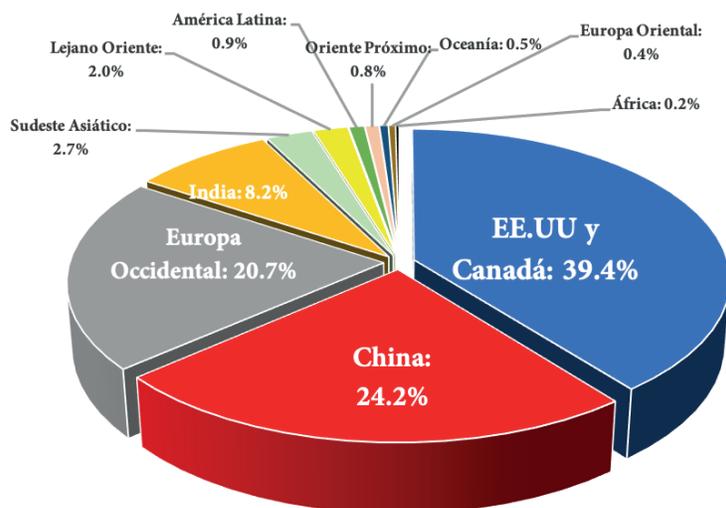
27 OMT. *Datos esenciales*, 2ª ed (Madrid: OMT, 2000); OMT. *Tourism Towards 2030: Global Overview* (Madrid: OMT, 2011); OMT. *World Tourism*.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la OMT (2000, 2011 y 2021).<sup>27</sup>

Otro dato que refuerza la hipótesis de que el “salto” turístico de las últimas décadas sostiene las inequidades socioespaciales es que de las 300 firmas hoteleras más grandes del mundo, 203 (67,6 %) tienen sus casas matrices en los países que agrupamos como desarrollados o avanzados en el capitalismo global (gráfico 3). Cabe destacar que de las 203, 111 son de capitales estadounidenses

(54,7 % sobre el total). Más en detalle, si incorporamos como indicador la oferta habitacional de las 300 principales cadenas hoteleras internacionales (un total de 13.396.244 habitaciones), el dato que se desprende es que EUA y las cinco cadenas canadienses controlan 39,4 % de la oferta, y expanden sus intereses corporativos a casi la totalidad de los países del mundo. Si sumamos las empresas con origen en Europa Occidental, el porcentaje alcanza 60.1 %. Esto expresa un contraste con los porcentajes de participación de capitales de otras regiones mundiales que si bien han instalado reconocidas postales turísticas a escala global, no han desarrollado dentro de sus fronteras empresas que desde la oferta en el mercado local, hayan podido expandirse internacionalmente. De esto da cuenta 0,9 % de participación (en cantidad de habitaciones ofertadas) de firmas de América Latina entre las principales corporaciones hoteleras, y 0,2 %, de África. El desarrollo turístico en estas regiones es un campo fértil para la reproducción y expansión del capital hotelero foráneo. En definitiva, el efecto goteo que se espera que introduzca el turismo, al menos a escala mundial, no ha logrado contribuir a la reducción de las desigualdades y asimetrías entre regiones ricas y pobres.

**Gráfico 3. Reparto (en %) del total de la oferta habitacional de las 300 principales cadenas hoteleras por país del origen de la casa matriz**



28 “Special Report”, *Hotels Magazine* 31, núm. 3 (julio-agosto, 2021).

Fuente: Elaboración propia en base a los datos relevados por *Hotels Magazine*.<sup>28</sup>

## ¿Existe el derecho al turismo?

Las leyes de diferentes países del mundo referencian al turismo como un derecho social. Los organismos especializados también parten de esa concepción para encuadrar la práctica turística. Esto no es un tema menor, porque si concebimos al turismo como un derecho, se instala la cuestión de quién lo garantiza. ¿Es algo que se puede exigir y reclamar a los gobiernos y patronos para que garanticen su acceso al margen de las exclusiones, por el lado de los costos, que impone el mercado?

McCabe y Diekmann nos brindan un punto de partida al afirmar que el turismo se concibe cada vez más como una necesidad de la clase trabajadora que como un lujo de los sectores sociales más acomodados.<sup>29</sup> El turismo como práctica únicamente elitista predominó en el siglo XIX y en la mayor parte del XX. No obstante, del mismo modo que aconteció con otros derechos como la salud y la educación, las vacaciones y la reposición de las energías invertidas en el año en lugares distantes de lo cotidiano cumplen un rol en la reproducción de la fuerza laboral.

En las últimas décadas, se destaca el papel que desempeña el turismo en el enriquecimiento de la vida de quienes los practican, incluidos los impactos en la salud, la felicidad y la calidad de vida.<sup>30</sup> Incluso, esto lo contempla la OMT en el Código de Ético Mundial para el Turismo (CEMT), el cual establece en su artículo 7 que

la posibilidad de acceso directo y personal al descubrimiento de las riquezas de nuestro mundo constituirá un derecho abierto por igual a todos los habitantes de nuestro planeta. La participación cada vez más difundida en el turismo nacional e internacional debe entenderse como una de las mejores expresiones posibles del continuo crecimiento del tiempo libre, y no se le opondrá obstáculo ninguno.<sup>31</sup>

No obstante, en su trabajo de investigación sobre derecho y turismo, Maniatis concluye que el derecho al turismo no está consagrado suficientemente debido a que no hay un reconocimiento explícito en la gran

29 Scott McCabe y Anya Diekmann, "The rights to tourism: reflections on social tourism and human rights", *Tourism Recreation Research* 40, núm. 2 (mayo-agosto de 2014).

30 McCabe y Diekmann, "The rights to tourism".

31 "Código Ético Mundial". Subrayado agregado.

mayoría de las constituciones nacionales, pese a la contribución de muchas leyes y declaraciones internacionales.<sup>32</sup> Entre estas últimas, la propia OMT en el artículo 7 del CEMT define que

el derecho al turismo para todos debe entenderse como consecuencia del derecho al descanso y al ocio, y en particular a la limitación razonable de la duración del trabajo y a las vacaciones pagadas periódicas, que se garantiza en el artículo 24 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en el artículo 7.d del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.<sup>33</sup>

En particular, en América Latina, la Ley General de Turismo de Colombia, en su artículo 3, argumenta que el turismo

es un derecho social y económico que contribuye al desarrollo integral de las personas, de los seres sintientes y de los territorios y comunidades, que fomenta el aprovechamiento del tiempo libre y revaloriza la identidad cultural de las comunidades y se desarrolla con base en que todo ser humano y sintiente tiene derecho a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.<sup>34</sup>

En la misma línea, en la Argentina, la Ley Nacional del Turismo, en el artículo 2, afirma que el turismo es “un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades”.<sup>35</sup> En Uruguay, la Ley de Regulación de la Actividad Turística, en el artículo 3, declara que es una actividad de interés nacional debido a que “en la medida en que el turismo constituye un derecho humano, debe asegurarse la universalidad de su goce, tanto desde el punto de vista económico como desde su infraestructura”.<sup>36</sup>

Si bien las normas exponen una idea socialmente integradora, la realidad es que para su puesta en práctica se requiere que el Estado sea garante del derecho al turismo, más aún en un contexto de caída de los ingresos salariales que se combina con la complejización, diversificación e inflación de productos

32 Antonio Maniatis, “¿Hay un derecho al turismo?”, *Cuestiones Constitucionales* 1, núm. 40 (enero-junio de 2019).

33 “Código Ético Mundial”.

34 “Ley 300 de 1996. Diario Oficial No. 42.845, Honorable Senado de la República de Colombia, fecha de sanción: 30 de julio de 1996, [https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma\\_pdf.php?i=8634](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=8634) (consultado el 10 de junio de 2022). Subrayado agregado.

35 “Ley 25.997. Boletín Nacional del 7 de enero de 2005”, Honorable Congreso de la Nación Argentina, fecha de sanción: 16 de diciembre de 2004, <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-25997-2004-102724> (consultado el 10 de junio de 2022). Subrayado agregado.

36 “Ley 19.253. Diario Oficial No. 29.042”, Honorable Senado de la República Oriental del Uruguay, fecha de sanción: 28 de agosto de 2014, <https://www.impo.com.uy/diariooficial/2014/09/09/8> (consultado el 10 de junio de 2022). Subrayado agregado.

turísticos. Las vacaciones pagadas es un derecho laboral *sine qua non* para el derecho al turismo, aunque lo primero está lejos de garantizar lo segundo.

En el caso argentino, la historia de las vacaciones pagadas para la clase obrera se inicia con la conquista del movimiento obrero del Decreto-Ley 1.740,<sup>37</sup> firmado por el Gral. Juan D. Perón, por entonces secretario de Trabajo y Previsión del gobierno de facto del Gral. Edelmiro J. Farrell. Cabe señalar que el antecedente normativo sobre el derecho a vacaciones pagas en la Argentina es la sanción de la Ley 11.729 por el Honorable Congreso de la Nación en 1933, durante el gobierno de facto del Gral. Agustín P. Justo (1932-1938). La salvedad es que esta normativa solo garantizaba el acceso a tal derecho a los empleados de comercio.

Como sostiene Schenkel, tal derecho fue rectificado por Perón al frente de la presidencia de la nación (1946-1955) a través de la llamada Constitución Peronista de 1949, la cual contribuyó a que el turismo social se convirtiera en una política estatal.<sup>38</sup> No obstante, luego de 77 años de la firma del Decreto-Ley 9305/45<sup>39</sup> que impulsaba la construcción de la unidad turística (UT) Chapadmalal ubicada al sur de la ciudad balnearia de Mar del Plata como destino para el turismo social, en la actualidad la escasa infraestructura para tal objetivo (imagen 1) es una expresión del abandono de las políticas sociales del sector. Además de la UT Chapadmalal, el gobierno peronista construyó la UT Embalse en las Sierras de Córdoba. Ambos se terminaron de construir en la década de los 50, y siguen siendo los únicos hoteles para el turismo social que oferta el Estado Nacional.

Lo anterior acontece en un país que tiene a 39,2 % de la población por debajo de la línea de pobreza –segundo semestre de 2022–,<sup>40</sup> lo que implica que 18.679.605 personas se encuentran en dicha situación de vulnerabilidad social, y 3.859.816, en indigencia. Este dato contrasta con el hecho de que en la actualidad las dos principales unidades del turismo social en Argentina solo proveen 4.700 plazas (datos a diciembre de 2023). En el caso específico de la UT Chapadmalal, de los nueve hoteles construidos en la actualidad, funcionan siete, y los dos restantes se encuentran en fin de obra y otro en licitación. Cabe señalar que al finalizar el gobierno de

37 “Decreto-Ley 1740. Boletín Nacional del 2 de febrero de 1945”, Poder Ejecutivo Nacional (Argentina), fecha de sanción: 24 de enero de 1945, [https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto\\_ley-1740-1945-295106](https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto_ley-1740-1945-295106).

38 Érica Schenkel, “Turismo social en América Latina: la conquista de un derecho desigual”, *Lurralde* 41 (enero-diciembre-2017).

39 “Decreto-Ley 9305. Boletín Nacional del 9 de mayo de 1945”, Poder Ejecutivo Nacional (Argentina), fecha de sanción: 27 de abril de 1945, <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do;jsessionid=4410940883034B4731DA-0C0583BE0142?id=295173> (consultado el 10 de junio de 2022).

40 Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, “Incidencia de la pobreza y la indigencia en 31 aglomerados urbanos. Segundo semestre de 2020”, *Informes Técnicos* 5, núm. 9 (julio-diciembre de 2020).

Mauricio Macri (2015-2019) solo habían quedado tres en funcionamiento. El gobierno de Alberto Fernández (2019-2023) finalizó su gestión con la recuperación de la oferta turística social de cuatro hoteles del complejo.<sup>41</sup> Los enunciados y derechos promovidos por la superestructura normativa encuentran sus límites en una realidad que los hace irrealizables.

En una perspectiva contraria a trazar una linealidad entre el derecho al turismo como una concesión del régimen social para el goce de las personas, Santana y Rodríguez ponen de relieve que hay cierta ingenuidad en pensar que dentro del capitalismo el turismo esté, en la clase obrera, únicamente ligado al ocio.<sup>42</sup> En efecto, señalan que la funcionalidad del turismo juega dos roles muy importantes: por una parte, restaura la capacidad productiva de los trabajadores, deteriorada por el esfuerzo constante de la producción, y por otra parte, el disfrute turístico de las vacaciones permite a los trabajadores sentirse parte de un sistema social que los explota (el capitalismo). En una línea argumental similar, Lefebvre plantea que un tiempo estructurado de recreación es una necesidad funcional producida por la sumisión individual al capital en el lugar de trabajo.<sup>43</sup> Entonces, las vacaciones y la posibilidad del viaje turístico serían aquel tiempo-espacio que permiten la reconstrucción del capital humano.<sup>44</sup>

**Imagen 1. Deterioro del Hotel 3 de la UT Chapadmalal al sur de la ciudad balnearia de Mar del Plata en junio de 2022**



Fuente: Archivo personal.

- 41 “Obras en marcha en la unidad turística Chapadmalal”, Ministerio de Turismo y Deportes de Argentina, <https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes/social/obras-en-marcha-en-la-unidad-turistica-chapadmalal> (consultado de 10 de junio de 2022); Érica Schenkel y Miguel Oliva, *Informe sobre turistas sociales. Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse, 2023* (Buenos Aires: Ministerio de Turismo y Deportes de Argentina, 2023).
- 42 Manuel Santana y Pablo Rodríguez, “La polarización en el consumo turístico de los españoles. Tipologías y postfordismo”, comunicación presentada en el x Congreso Español de Sociología, Pamplona, 1-3 de julio de 2010.
- 43 Henri Lefebvre, *Espacio y política. El derecho a la ciudad II* (Barcelona: Península, 1976).
- 44 Stephen Britton, “Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism”, *Environment and Planning D: Society and Space* 9, núm. 4 (octubre-diciembre de 1991).

## Contradicciones y antagonismos del desarrollo turístico. Casos latinoamericanos

En este apartado final expondremos casos en los que se evidencian contradicciones y antagonismos que subyacen al desarrollo turístico. Se trata de problemáticas generales y singulares que hemos detectado en casos latinoamericanos que se reiteran y actúan como denominadores comunes. Consideramos que para responder a la pregunta de si es posible otro turismo primero hay que problematizar empíricamente con el modelo que ponemos en discusión.

Uno de los aspectos a colocar en debate es la desmitificación de que el desarrollo turístico se impulsa con una participación y gasto público menor que en otras áreas. César Dachary y Arnaiz Burne plantean que la sensación de que los destinos turísticos crecen solo por iniciativa privada es un mito porque las terminales de ómnibus, aeroportuarias, ferroviarias y de cruceros; el suministro eléctrico, de gas y de agua corriente; las redes viales de acceso; entre otros factores que contribuyen al desarrollo material de los destinos turísticos se construyen, generalmente, con inversión y financiamiento del sector estatal,<sup>45</sup> ya sea con fondos propios o mediante préstamos externos. Además, el Estado provee una base superestructural conformada por normas que otorgan ventajas al capital inversor: exenciones impositivas y tributarias;<sup>46</sup> concesiones de uso de bienes de dominio público;<sup>47</sup> préstamos a tasas bajas de interés con recursos financieros de la banca pública;<sup>48</sup> leyes de flexibilización laboral que transforman la mano de obra local en una ventaja comparativa,<sup>49</sup> entre otras.

El nivel de competitividad en el mercado turístico estimula lo que Santos denomina *guerra de lugares*,<sup>50</sup> que es la pugna de las administraciones públicas por captar más inversiones privadas utilizando políticas activas e instrumentos financieros y fiscales que garanticen mejores márgenes de ganancias y menor prisma de riesgo para las empresas del sector. La necesidad de los Estados de presentar condiciones óptimas para la reproducción del capital turístico se conjuga en dos procesos que, en su síntesis, instalan una contradicción en términos de desarrollo integral. Por un lado, el sector público invierte en las

45 Alfredo César Dachary y Stella Maris Arnaiz Burne, *Territorio y turismo: Nuevas dimensiones y acciones* (Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2006).

46 Alcides Peña Sánchez, "Comparativo de incentivos turísticos por países latinoamericanos en materia tributaria", *Saber, Ciencia y Libertad* 5, núm. 2 (julio-diciembre de 2010).

47 Facundo M. Hernández, "El estudio social del paisaje a través de la postal turística", *Revista Universitaria de Geografía* 25, núm. 2 (julio-diciembre de 2016).

48 Miryan Arévalo Haro, Sindy Escobar Arévalo y Washington Sánchez Bonilla, "La gestión financiera y la incidencia en la recuperación de la inversión en el sector hotelero de la ciudad de Puyo", *Revista Dilemas Contemporáneos* vi (junio de 2019).

49 Rubí-González y Palafox-Muñoz, *El turismo*.

50 Santos, *A natureza do espaço*.

geografías circuladas y vivenciadas por los turistas (*hinterland* turístico y las redes de comunicación y transporte), y por otro lado, el Estado renuncia a una mayor recaudación impositiva, en términos relativos, debido a facilidades otorgadas al capital inversor. Este último posee la libertad de movimiento en el espacio geográfico rastreando las mejores condiciones para su realización, acumulación y reproducción, tanto en la búsqueda de atractivos turísticos como de incentivos administrativos y financieros. Esta facultad que tiene el capital turístico, incluso la de participar en la “fabricación” de destinos, es lo que refuerza la guerra de lugares a la que referencia Santos. Es decir, la reproducción del capital turístico exige más atención e inversión pública y menos retorno por esa inversión. Además, esta política de organización tributaria del espacio geográfico deriva en un Estado con menos interés en lo que está por fuera del *hinterland* turístico. Tal regla promueve que la administración estatal (de todas las escalas geográficas) que otorgue las mejores garantías reproductivas al capital, incluso a consta de renunciar los beneficios de conjunto, en base a similares condiciones materiales geográficas-turísticas, será la que tenga más chances de captar y absorber los flujos de inversión sectoriales y asociados.

Lo expuesto genera un desarrollo geográfico desigual<sup>51</sup> hacia el interior de la localidad, región o país que oficia como destino turístico: los espacios que quedan por fuera del interés del capital turístico, que contienen la fuerza laboral que construye y funcionaliza el destino turístico, padecen la desinversión del Estado y la desvinculación y desanclaje del sector privado. En el mejor de los casos, se garantizan servicios elementales en términos de hábitat y movilidad (transporte público) de los trabajadores hacia el *hinterland* turístico. Así, el turismo confirma su naturaleza fragmentaria del espacio social en el sistema capitalista.

Una expresión clarificadora y radical de las consecuencias de la fragmentación son los enclaves turísticos que se multiplican en América Latina, África y en varios países asiáticos y oceánicos, en los que se acumulan y profundizan las consecuencias de las crisis socio-económicas que se han cronificado en tales regiones del mundo. El enclave turístico es una forma

51 Neil Smith, *Uneven Development Nature, Capital, and the Production of Space* (Georgia: University of Georgia Press Athens, 2010).

espacial de herencia colonial en la que el turista puede disfrutar de un lugar y sus atractivos sin que tenga que preocuparse de un entorno percibido como hostil, desagradable o angustiante. Para que estos enclaves turísticos se desarrollen y multipliquen es esencial la existencia de localidades satélites próximas que contengan la fuerza laboral que se ofrece para la construcción y puesta en funcionamiento del destino turístico. En estos asentamientos satélites se impone la realidad social que se reproduce por fuera de la burbuja que es el enclave turístico: el paisaje de la pobreza, las necesidades básicas y no básicas insatisfechas, las cuales contrastan con la modernidad, lujo y confort de los complejos y servicios hoteleros instalados y agrupados en el nicho espacial. En este modelo de desarrollo turístico es frecuente que una empresa del sector turístico provea transporte a los trabajadores para garantizarse la asistencia a horario del personal que se encuentra distante de su lugar de trabajo. De esta forma, la contradicción que el propio capital genera, esto es, que la fuerza laboral queda separada por grandes distancias de su lugar de trabajo y con servicios de transporte público ineficientes e insuficientes que condicionan el cumplimiento del régimen temporal, es solucionada (parcialmente) por su propio accionar, contratando empresas de transporte privadas, tratando de restaurar lo que Harvey refiere como coherencia estructurada del capital. La coherencia estructurada es el espacio en el que el capital puede circular sin que el coste y el tiempo de movimiento excedan los límites de beneficio impuestos por el tiempo de rotación socialmente necesario.<sup>52</sup>

52 Harvey, *The New Imperialism*.

Cuando las distancias entre los centros proveedores de mano de obra y el enclave turístico no pueden ser cubiertas diariamente, es común que los contratos de trabajo exijan al empleado habitar en las instalaciones propias de la empresa. Esto sucede con regularidad en el sector hotelero. Cuando el trabajador queda cautivo frente a los requerimientos y necesidades de la empresa, su enajenación alcanza un punto máximo al estar disponible *full time* para una clientela (el viajero turístico) que está con disponibilidad de tiempo para demandar diferentes servicios. Un complejo hotelero *all inclusive* requiere de trabajadores *full time*, que tengan la máxima

predisposición. Alojar al personal dentro del territorio corporativo provoca una desterritorialización del trabajador, al homologarse el hogar al lugar de trabajo. Se trata de una forma radical de coherencia estructurada. Ejemplos de estas realidades geográficas son los enclaves turísticos en las playas de la región Caribe, siendo emblemáticos los casos de Punta Cana (República Dominicana), Varadero (Cuba) y Cancún (México).

Siguiendo con la fragmentación socioespacial que introduce el capital turístico, otra propiedad a destacar es que actúa en las ciudades en las que se territorializa como una fuerza gentrificadora. En coincidencia con Smith, la gentrificación del espacio urbano ocurre cuando la diferencia potencial de renta es tan grande que los promotores inmobiliarios pueden comprar propiedades a precios muy bajos, pagar los costes de los (re) constructores y obtener ganancias de la restauración resultante.<sup>53</sup> Esto implica que no hay gentrificación sin una historia socioambiental con una marcada tendencia a la degradación del hábitat. El turismo es uno de los principales motores en los procesos de renovación y reacondicionamiento urbano porque el capital invertido para transformar el espacio degradado muchas veces tiene por objetivo fundar un atractivo turístico o crear una nueva oferta comercial, transformando el espacio material y simbólico y el paisaje proyectado en una mercancía. Para tal finalidad, los promotores inmobiliarios y el Estado hacen uso de contenidos históricos y ambientales preexistentes, instituyendo procesos de patrimonialización para fortalecer la turistificación del espacio. Esto se ejecuta anulando la descomposición social y ambiental que le antecede a la intervención en el territorio y expulsando a la comunidad que tienen que ver con la historia problemática, conflictiva o dramática del sitio. La combinación entre el mercado inmobiliario y turístico potencia las formas más represivas y exitosas (desde la lógica de mercado) de gentrificación urbana.

Una clara demostración de la gentrificación en América Latina es el barrio histórico Pelourinho en Salvador de Bahía, Brasil. El espacio urbano que compone el sitio histórico fue restaurado por el sector público y privado con la finalidad de transformarlo en una “postal turística” que proyectara

53 Neil Smith, *The New Urban Frontier: Gentrification and the Revanchist City* (Londres: Routledge, 1996).

54 Hernández, “El estudio social”.

55 “Historic Sanctuary of Machu Picchu”, UNESCO, <https://whc.unesco.org/en/list/274> (consultado el 17 de julio de 2022).

56 Smith, *The New Urban Frontier*.

57 Sobre los procesos expulsivos para reciclar el barrio Pelourinho se recomienda la lectura de Georgia da Silva, Sergio Figueiredo Feretti y Edileuza Sette, “Gentrificação e políticas de revitalização nos centros históricos no Brasil: processos que levam ao déficit habitacional”, *Revista de Políticas Públicas* 12, núm. 2 (julio-diciembre de 2008), y de Daniel Albuquerque Ribeiro, “Reflexões sobre o conceito e a ocorrência do processo de gentrification no Parque Histórico do Pelourinho, Salvador-BA”, *Cadernos Metrôpole* 16, núm. 32 (julio-diciembre de 2014).

58 Marta Harnecker, *Los conceptos elementales del materialismo histórico* (México: Siglo XXI, 2013).

un paisaje que incorporara valor agregado en mercancías, experiencias y rentas inmobiliarias.<sup>54</sup> Para tal objetivo, fue importante el rol de organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), que nombró patrimonio de la humanidad al Pelourinho en 1985.<sup>55</sup> El resultado es que producto del accionar de las fuerzas del capital inmobiliario y la participación del Estado y de los organismos internacionales, toda la renta del suelo se encuentra ahora capitalizada: el barrio, por lo tanto, está reciclado.<sup>56</sup> Para preservar y acondicionar la actual geografía urbana del barrio y la renta que genera, se excluyó y expulsó a los sectores sociales que lo habitaban por generaciones.<sup>57</sup>

La gentrificación turística de una ciudad necesita desplazar a la población empobrecida, y el propio dinamismo del mercado inmobiliario se ocupa de volver inaccesible para las mayorías el barrio en su etapa renovada. El Estado, además de ser quien habilita y orienta el proceso, cumple el rol de custodio de los intereses del capital al movilizar a las zonas gentrificadas su aparato represivo.<sup>58</sup> Esto último se debe a que todo espacio social puede expresar cierta resiliencia a los cambios introducidos por las formas combinadas de mercado inmobiliario y turístico. Una de las evidencias de estos procesos es que sectores de la población marginada o expulsada del proceso de desarrollo urbano-turístico pueden durante el día o la noche permanecer en las calles restauradas que ofician como atractivos para intentar captar una porción menor del gasto turístico ofertando algún producto, artesanía, momento artístico o su presencia física para una foto como souvenir (imagen 2). En el Pelourinho, esto se expresa con la cantidad de niños, jóvenes y adultos que deambulan por las calles tratando de ganar dinero para sus hogares siempre bajo la custodia de una densa presencia policial que está atenta a que la experiencia turística sea lo más distanciada de la realidad social del nordeste brasileño.

## Imagen 2. Trabajo callejero y turismo en el Pelourinho



Izquierda: percusionista preparándose para tocar en la Rua das Portas do Carmo. Centro: Turistas fotografiándose con practicantes de capoeira en la Praça Terreiro de Jesus. Derecha: bahianas con el traje típico en la Praça José de Alencar ofertando como suvenir una foto junto a ellas. Todas son frecuentes expresiones culturales que se realizan en espacios públicos del barrio histórico Pelourinho para captar una parte mínima del gasto turístico. Fuente: Archivo personal.

Hacia el interior del colectivo de turistas se reproducen antagonismos propios de una práctica social que está mercantilizada y define perfiles y segmentos de consumidores según gustos, patrones de consumo y, sobre todo, poder adquisitivo. Alcanzado el actual nivel de desarrollo de las fuerzas productivas y creativas de los servicios turísticos, la brecha entre el acceso mínimo a una estadía turística respecto a otra en el máximo confort es tan grande que termina reproduciendo realidades y experiencias socioespaciales contrapuestas, incluso, dentro de las mismas áreas turísticas.

Un ejemplo de lo resaltado en el párrafo anterior son las ciudades balnearias que captan un turismo masivo, como lo son Viña del Mar (Chile), Camboriú (Brasil), Mar del Plata (Argentina), Acapulco (México). En este tipo de urbanizaciones, la posibilidad de hacer turismo es una cuestión de metro cuadrado y de localización, ya que buena parte de los departamentos céntricos de los principales destinos de playa de la región son ofertados sobrepasando la capacidad para habitarlos. Abundan en la oferta temporaria edificios antiguos, desgastados por el paso del tiempo, la proximidad del mar (y su capacidad corrosiva y de permeabilización de los materiales de construcción) y el sobreuso de las instalaciones durante las temporadas estivales.

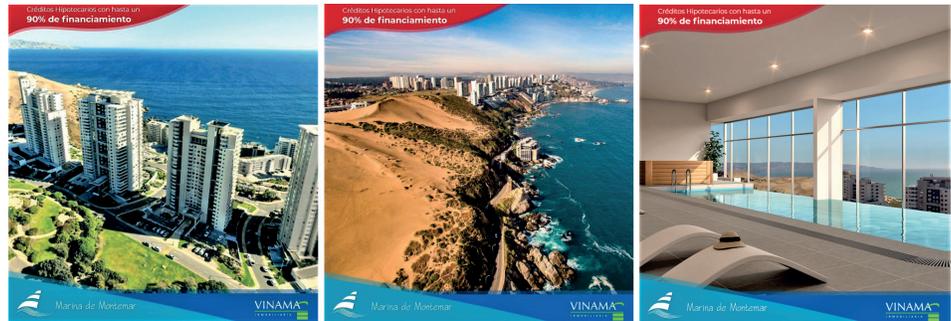
En el caso de Viña del Mar (Chile), por ejemplo, la oferta de alojamientos hacinados contrasta con las torres de lujo que se construyen en el frente costero

59 Hernández, “El estudio social”.

60 Katherine Navarrete, Carla Munizaga, Roslyn Allen, Miguel Aguilera y Nicolás Navea, *La identidad social urbana del barrio Montemar* (Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, 2017), 6.

del barrio Montemar (imagen 3). Estos modernos edificios se componen de departamentos amplios, confortables y luminosos por sus vistas abiertas, los cuales son alquilados por el turista de mayor poder adquisitivo. En cada una de estas áreas en las que se reproducen nuevos frentes de expansión inmobiliaria orientados al turista y al residente local con mayor poder adquisitivo hay una tendencia a generar una renta diferencial por entorno,<sup>59</sup> en la que el Estado garantiza el confort a través de la provisión de servicios públicos e infraestructuras urbanas de calidad y hacer respetar las reglas de convivencia por medio del reforzamiento de fuerzas y sistemas de seguridad. Este conjunto de objetos y acciones que funcionalizan el espacio urbano-turístico conforman el valor agregado que se transfiere, por ejemplo, en los costos de los servicios de alquiler temporario. El barrio Montemar demuestra esta tendencia, ya que, como bien lo describen Navarret, et al., desde sus inicios (en la década de 1990) “se ha caracterizado por el desarrollo de una urbanización de alto estándar, que cuenta con amplias calles y veredas pavimentadas, con presencia de áreas verdes, plazas y alumbrado público subterráneo en sus calles y avenidas principales”.<sup>60</sup>

**Imagen 3. Oferta habitacional Montemar**



Fuente: Elaboración propia en base al material visual de Vinama SA.

El desarrollo turístico en destinos masivos y policlasistas tiende a ser un factor de segmentación del propio espacio turístico al fragmentarlos según el poder adquisitivo de cada clase social o perfil de consumidor. La

masa turística, conformada en su mayoría por la clase trabajadora, ocupa los espacios más densificados y degradados. Entonces, no hay una ruptura con las cualidades habitacionales cotidianas, lo que representaría para la clase trabajadora vivenciar una mejora efímera de las condiciones de existencia, además del viaje en sí mismo. Lo que acontece es todo lo contrario: hay una reproducción de formas habitacionales problemáticas, una continuidad de la espacialidad que gobierna la existencia social cotidiana.

En otro orden de problemáticas, la agudización de las contradicciones del desarrollo turístico es consecuencia directa de la reproducción acelerada del capital turístico en las últimas décadas. Esto contribuye a desencadenar lo que O'Connor<sup>61</sup> define como la segunda contradicción del capital que afecta por el lado de los costos. Este proceso, aplicado al turismo, se origina cuando se externalizan los costos a las condiciones paisajísticas; a los recursos puestos en valor turístico; a la fuerza de trabajo que construye y funcionaliza los destinos, y al espacio urbano, rural o de preservación ecosistémica afectados al desarrollo turístico. Con base en Kovel,<sup>62</sup> decimos que el propio accionar del capital turístico tiende a incrementar los costos para que se realice la inversión turística, por ejemplo, incrementando el valor de la tierra, exigiendo mayores inversiones para el reacondicionamiento urbano-turístico, demandando más y mejor infraestructura de comunicación y transporte, incrementando los costos del traslado de la fuerza laboral, etcétera. Esto reduce, en diferentes plazos, los beneficios, poniendo coto a la acumulación y reproducción ilimitada del capital turístico. Esto se debe en buena medida a que la puesta en valor de un destino turístico, bajo las leyes del capital, tiende a degradar y descomponer las bases y fundamentos que precisan un recurso turístico.

La segunda contradicción en el desarrollo turístico se manifiesta en los destinos donde a) los flujos turísticos se masifican afectando la viabilidad de los atractivos turísticos; b) las áreas que alojan a turistas demandan diferentes servicios (agua, luz, gas) e infraestructuras que comprometen la provisión de los mismos en las zonas no turísticas del lugar; c) se precarizan las condiciones de trabajo a través de contratos flexibles, temporales, con salarios insuficientes y con desconocimientos de derechos.

61 James O'Connor, *Natural causes: essays in ecological Marxism* (Nueva York: The Guilford Press, 1997).

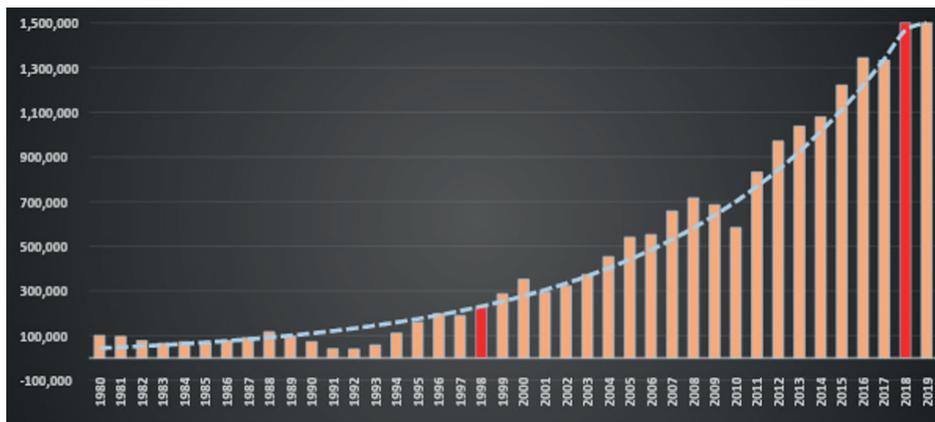
62 Joel Kovel, *The Enemy of Nature* (Londres: Zed Books, 2007).

- 63 “Historic Sanctuary of Machu Picchu”.
- 64 “A day to wonder!”, *New 7 Wonders Foundation*, <https://day.new7wonders.com/> (consultado el 10 de diciembre de 2022).
- 65 Harvey, *The New Imperialism*.
- 66 Henri Tantaleán y Miguel Aguilar Díaz, “Estado, patrimonio cultural y comunidades indígenas: Machu Picchu y la historia de un diálogo asimétrico”, en *Multivocalidad y activaciones patrimoniales en arqueología: perspectivas desde Sudamérica*, eds. María Clara Rivolta, Mónica Montenegro, Lucio Menezes Ferreira y Javier NASTRI (Buenos Aires: Fundación de Historia Natural Félix de Azara, 2014).
- 67 Tantaleán y Aguilar Díaz, “Estado, patrimonio cultural”.
- 68 Instituto Nacional de Recursos Naturales Perú, *Plan Maestro del Santuario Histórico de Machu Picchu 1998-2003* (Lima: IRENA, 1998).

Un caso emblemático de los impactos de la masificación turística en América Latina es Machu Picchu, Perú, espacio testimonial incaico promocionado como una de las postales más reconocidas del turismo internacional, declarado patrimonio de la humanidad en 1983 por la Unesco<sup>63</sup> y una de las nuevas siete maravillas del mundo elegidas en la campaña iniciada por la fundación New Open World Corporation.<sup>64</sup> Este sitio sagrado del Tahuantinsuyo ha traccionado un nicho de negocios turísticos debido, en primera instancia, a un proceso de acumulación por desposesión,<sup>65</sup> en el cual el estado peruano, en la década de 1970, desvinculó a las poblaciones originarias del manejo y participación de su propia memoria material colectiva,<sup>66</sup> con el fin de instalar el sitio arqueológico como fuente de atracción del capital privado nacional y extranjero. A partir de la década de 1990 comienzan a incrementarse las visitas (gráfico 4) y pasa a dominar el turismo extranjero sobre el total de visitas. Según los datos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú, a partir del año 1994 los visitantes extranjeros predominan en forma ininterrumpida hasta la pandemia por Covid-19. En 1998, la Unesco aconseja al gobierno peruano que disponga de cupos a los ingresos a Machu Picchu (2.500) debido al riesgo de generar impactos socioambientales a causa del número creciente de visitas diarias.<sup>67</sup> Esto queda plasmado en el Plan Maestro del Santuario Histórico de Machu Picchu 1998-2003, en el que se recomienda una máxima capacidad de carga de 912.500 visitas anuales.<sup>68</sup> En el mismo año (1998) que se presentó y aprobó por Resolución Jefatural N° 085-98 del Instituto Nacional de Recursos Naturales (INRENA) el plan de gestión, fueron 334.563 las visitas anuales (gráfico 4), solo 36,6 % de lo indicado como límite, lo que proyectaba un margen importante para el crecimiento turístico y así poder ofrecer rentabilidad a las inversiones presentes y futuras. No obstante, la decisión de establecer un coto consensuado se demoró, mientras el flujo turístico a la ciudadela incaica se disparó en el siglo XXI, sin controles (gráfico 4). Para 2018, dos años antes del comienzo de la pandemia por Covid-19, la ciudadela incaica superó, por primera vez, el millón y medio de visitantes. El total registrado fue de 1.578.030 visitantes,

de los cuáles 72 % son extranjeros.<sup>69</sup> En la actualidad, pasada la crisis en el sector por la pandemia, el número de ingresante diarios que se acordó entre el Estado y el empresariado es de 4.044 por día. Esto permite 1.476.060 visitas anuales, cifra muy por encima de los ingresos de 1998 (una 6.5 veces), año en el que se comenzó a plantear la necesidad de poner límites y 61,8 % más que lo recomendado en el Plan Maestro de 1998.

**Gráfico 4. Llegadas a Machu Picchu. Serie 1980-2019 (destacadas las llegadas en 1998 y 2018)**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú.<sup>70</sup>

Es dable destacar que el coto no es solo una medida de planificación y preservación, además es una estrategia de defensa del conjunto de intereses que se ponen en juego entorno a la conservación o deterioro de las condiciones materiales de Machu Picchu. Esto acontece bajo una constante negociación y tensión entre el empresariado y la administración estatal del espacio testimonial, ya que los primeros presionan para que se incrementen los cupos, tratando de forzar el corrimiento de los límites que obstruyen la reproducción del capital. Los límites establecidos para preservar la fuente de riqueza comprometen las posibilidades de todo el capital instalado y proyectado, lo que termina generándose es una encerrona (segunda contradicción) para el capital por el lado de los costos de operar con o sin límites.

69 “¿Cuántos visitantes recibió Machu Picchu (2018)?”, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú, <https://www.promperu.gob.pe/turismoin/Sitio/VisorDocumentos?titulo=Visitantes%20en%20Machu%20Picchu&url=~/Uploads/infografias/1069/VisitantesMachuPicchu2018.pdf&nombObjeto=Infograf%C3%ADas> (consultado el 10 de diciembre de 2022).

70 ¿Cuántos visitantes recibió Machu Picchu (2018)?

El intento de equilibrar el desarrollo territorial del turismo choca con las necesidades de acumulación y reproducción del capital turístico en la región que depende de Machu Picchu. Por ejemplo, en el sector hotelero, operan en Cusco firmas internacionales como Marriot (EUA), Wyndham (EUA), Hilton (EUA), Accor (Francia), entre las más destacadas. El volumen de sus inversiones y su contribución a la instalación del destino turístico en el mercado mundial les permite poner condiciones para la edificación de sus complejos, condicionando las políticas de desarrollo turístico y apropiándose de bienes que forman parte del conjunto patrimonial que tiene el resguardo de instituciones internacionales como la Unesco (imagen 4). Por regla, cuantas más firmas hoteleras internacionales intervengan en la producción de la espacialidad turística de un destino, más condicionada estará la política pública del sector.

**Imagen 4. Palacio del Inka (Marriott)**



Izquierda: Patio interior del Palacio del Inka, hotel de la firma estadounidense Marriott. El edificio es la histórica Casa de los Cuatro Bustos, construida en el siglo XVI, que forma parte del Zona Monumental del Cusco declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco. Además, fue parte del recinto sagrado de Qoricancha y en su interior preserva un museo con 195 obras de arte de la escuela cusqueña. Derecha: patio interior del JW Marriott El Convento. El edificio es el antiguo Convento Colonial de San Agustín (construido en el siglo XVI). También declarado Patrimonio de la Humanidad. Ambos edificios fueron declarados en Monumento Histórico Artístico en 1972 por el Estado peruano.<sup>71</sup> Fuente: Elaboración propia en base a imágenes promocionales de la firma hotelera Marriott.

71 “Resolución Suprema 2900-72-ED”, Instituto Nacional de Cultura (Perú), fecha de sanción: 1 de septiembre de 1988, <https://patrimoniomundial.cultura.pe/publicaciones/centro-hist%C3%B3rico-de-lima-patrimonio-mundial> (consultado el 10 de diciembre de 2022).

Existen en América Latina otro tipo de ejemplos en donde el desarrollo turístico presiona los recursos sobre los que se realiza. En el caso de atractivos naturales, los ecosistemas insulares, como Galápagos (Ecuador) y Fernando

de Noronha (Brasil), son muy vulnerables al desarrollo de las fuerzas materiales del turismo.<sup>72</sup> Si bien entendemos que los límites ecológicos para la expansión del capital existen *per se* en todo espacio geográfico, lo cierto es que en ambientes de extrema vulnerabilidad por su endemismo, aislamiento o escasa superficie (como la mayoría de las geografías insulares), la resiliencia a las transformaciones territoriales introducidas es más baja.

Existen en Sudamérica y el Caribe múltiples islas afectadas a procesos acelerados de capitalización turística que representan ejemplos paradigmáticos sobre las contradicciones de una política de conservación orientada por el mercado turístico. En el caso de Galápagos y Fernando de Noronha, su consolidación como postales turísticas reconocidas en el mundo está ligada a que tienen el sello territorial de patrimonio de la humanidad de la Unesco (declaradas en 1978 y 2001, respectivamente) por el enorme valor científico de sus ecosistemas, ambos estudiados y destacados, por su biodiversidad endémica. En estas islas, con ecosistemas únicos en el mundo, no se ha optado por cupos —estrictamente reglamentados como tales— para poner un coto al desarrollo turístico. Sin embargo, las frecuencias aéreas y costos de traslado hacia los centros turísticos de las islas funcionan como un límite técnico-operativo y económico a la presión de los flujos turísticos. Por lo tanto, el número de visitantes se define, principalmente, entre el Estado (gestión), las empresas de transporte aéreo (flujo) y los costos de los servicios turísticos (selectividad monetaria y exclusividad). En efecto, una de las variables que más ejerce un rol de limitador son los elevados precios de alojamiento, gastronomía y excursionismo, categorizándolos como destinos exclusivos.

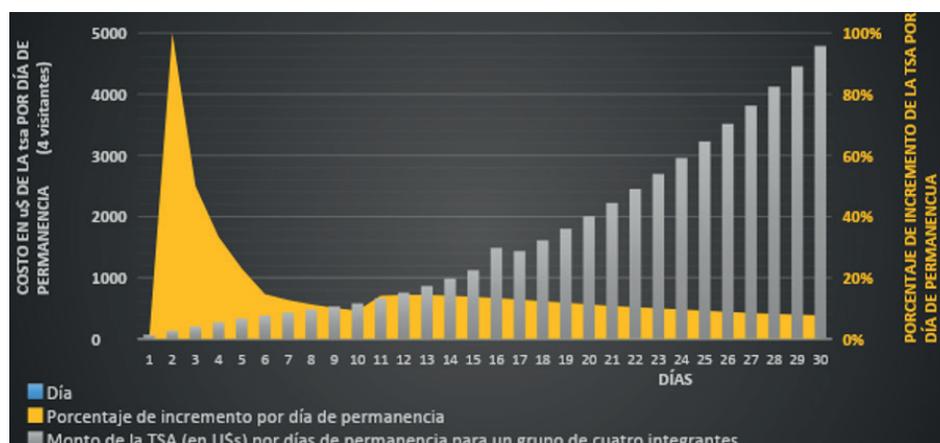
En el caso específico de Fernando de Noronha, el Estado cobra la tasa de preservación ambiental (TPA) establecida por la Ley N° 10.403/89. De esta forma se le pone un costo a la permanencia para financiar la preservación que, en buena medida, está condicionada y afectada por las visitas turísticas. El monto varía según los días de permanencia y el carácter dado a la tasa es regresivo (gráfico 5), contribuyendo a que la extensión de las estadías pueda ser asumida por quienes cuenten con mayores recursos económicos

- 72 Gisela Rezende de Souza y Nelson Quadros Vieira, “Impactos socioculturais do turismo em comunidades insulares: um estudo de caso no arquipélago de Fernando de Noronha-PE”, *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo* 6, núm. 4 (octubre-diciembre de 2011); María José Silva y Carla Pasa, “Aplicação do Tourism Ecological Footprint Method para avaliação dos Impactos Ambientais do Turismo em Ilhas: um estudo em Fernando de Noronha”, *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo* 7, núm. 2 (mayo-agosto); Andrea Muñoz Barriga, “La contradicción del turismo en la conservación y el desarrollo en Galápagos-Ecuador”, *Estudios y Perspectivas en Turismo* 24, núm. 2 (abril-junio de 2015).

para afrontarla. Así, el método de preservación del patrimonio natural se transfiere a los costos, transformando aquello que se reivindica como de la *humanidad* en un destino excluyente.

Otras de las problemáticas ligadas al desarrollo turístico son las que se derivan del cuadro de explotación laboral de trabajadores ligados en forma directa o indirecta al sector. Destacando ciertas especificidades de la mercancía turística, Britton señala que la mayoría de los productos turísticos involucran la producción y el consumo de experiencias que no pueden ser reducidas solo a elementos tangibles; por ejemplo, la cordialidad y amabilidad de quien atiende al turista son tan importantes como el trabajo físico que implican. El empresariado demanda que los trabajadores tengan las mejores cualidades afectivas y de predisposición, y como estas no son reconocidas con credenciales formales, anima al mercado laboral a fijar un precio por la venta de la fuerza de trabajo por debajo de los salarios promedios o de la canasta básica familiar y sostener un régimen de precarización y flexibilización laboral .

**Gráfico 5. Valores y porcentajes de aumentos de la TPA que se cobra al turismo en Fernando de Noronha (Brasil)**



Fuente: Elaboración propia en base al cuadro tarifario de la TPA en enero de 2022.

El turista pasa a ser el centro de atención del trabajador. Esto implica que el primero, para su tiempo de ocio, necesita de las ocupaciones del segundo,

quien lo hace, finalmente, para reproducir su existencia social. Se trata, en términos de Cohen, de una hospitalidad mercantilizada.<sup>73</sup> A esta particularidad se le suma el hecho de que la fuerza laboral dispuesta para garantizar la estadía del turista está conformada por sectores vulnerabilizados: mujeres, grupos étnicos minoritarios, inmigrantes, jóvenes.<sup>74</sup> Además, predominan los contratos a término, en parte, debido a la estacionalidad que gobierna los ciclos temporales en la mayoría de los destinos del planeta, lo que exige aún más al capital turístico a presionar sobre la fuerza laboral que emplea para generar ganancias en plazos menores. Un claro ejemplo de la estacionalidad turística es el término ampliamente utilizado de temporada “alta” y “baja” para diferenciar entre las épocas del año que, por determinadas condiciones, son más óptimas para visitar un destino turístico de otras que no lo son.

Otro aspecto relevante, tomando como referencia la clásica propuesta de Galtung<sup>75</sup> sobre el neoimperialismo, es cómo el desarrollo geográfico desigual del capital<sup>76</sup> a escala global contribuye a que el turismo sea una herramienta eficaz para reforzar inequidades entre la propia clase trabajadora de diferentes países, incluso del mismo sector o rama. Esto favorece la desvinculación entre los trabajadores como portadores de los mismos intereses más allá de las fronteras nacionales y una revinculación desde los antagonismos al ser la extracción de una mayor plusvalía de unos, lo que permite el abaratamiento relativo del viaje turístico internacional para otros.

Lo planteado en el párrafo anterior se puede corroborar con el simple cálculo comparativo del salario que se obtiene por la atención de hoteles de la misma cadena internacional y categoría en diferentes destinos turístico. Los que estén asentados en el país de la casa matriz (en su mayoría son de EUA o Europa Occidental) tendrán un salario superior (en equivalente moneda) respecto a otros de la misma firma hotelera que trabajen en un país que integre las “periferias de placer”, a las que hacen alusión Turner y Ash.<sup>77</sup> Mientras que en EUA el salario anual promedio de un/a recepcionista de hotel en establecimientos 5 estrellas (sin antigüedad) es de 30.000 U\$s, en República Dominicana es la décima parte (3.000 U\$s); en Perú, 14 % (4.200 U\$s), y en México, 18 % (5.400). Esto explica, en buena medida, que

73 Erik Cohen, “Authenticity and commoditization in tourism”, *Annals of Tourism Research* 15, núm. 3 (julio-septiembre de 1988).

74 Pierre van den Berghe, “Tourism and the ethnic division of labor”, *Annals of Tourism Research* 19, núm. 2 (abril-junio de 1992); Kristine McKenzie, “Belizean women and tourism work: Opportunity or Impediment?”, *Annals of Tourism Research* 34, núm. 2 (abril-junio de 2007); Rubí-González y Palafox-Muñoz, “El turismo”.

75 Johan Galtung, “A Structural Theory of Imperialism”, *Journal of Peace Research* 8, núm. 2 (abril-junio de 1971).

76 Smith, *Uneven Development Nature*.

77 Turner y Ash, *The golden hordes*.

un trabajador promedio del sector de países del capitalismo más avanzado como EUA, Canadá, Reino Unido, Alemania o Francia puede aspirar a viajar a destinos latinoamericanos, pero no a la inversa.

El gráfico 6 da cuenta cómo la revinculación entre los trabajadores de diferentes regiones del mundo puede darse en términos turísticos en función de las asimetrías. Como base, tomamos como referencia el salario inicial de los/as recepcionistas de los hoteles 5 estrellas en EUA y los días que tardarían (barra azul) en pagar con su salario una semana de alojamiento (en temporada alta, según el destino) en una habitación estándar del hotel de 5 estrellas más costoso de la firma internacional Marriott en cada uno de los países latinoamericanos seleccionados. El resultado es un segmento de 46 a 7 días, según el país. México es el caso en el que más días de trabajo se requieren (46) como recepcionista inicial de un hotel 5 estrellas de EUA para cubrir la estadía semanal en el lujoso The St. Regis Punta Mita Resort, mientras que en Guatemala en solo siete días se cubriría la tarifa de una habitación estándar en The Westin Camino Real.

La barra naranja del gráfico 6 contrasta notablemente con los valores de la barra azul. Se trata de los días que con el salario promedio de los/as recepcionistas de los hoteles 5 estrellas de los diferentes países latinoamericanos harían falta para abonar la estadía de una semana (temporada alta) en el lujoso The St. Regis Bal Harbour Resort, ubicado en Miami Beach, EUA, país matriz de la firma Marriott. El segmento en este caso es de 308 a 630 días. De los países latinoamericanos seleccionados el salario más bajo en dólares es República Dominicana; por ende, es en el que se necesita más tiempo de trabajo para poder pagar la estadía de referencia en Miami Beach: 1 año y 265 días. El salario promedio más alto en dólares en el sector corresponde a Panamá, tratándose del caso con menos días de trabajo para alcanzar el costo de la estadía (308). Trabajadores del mismo sector, ocupándose de las mismas tareas, vendiendo su fuerza de trabajo en hoteles de las mismas categorías, tienen diferentes posibilidades de poder contratar los servicios de calidad hotelera que ellos mismos proveen. Se supone que un/a recepcionista del The St. Regis Bal Harbour Resort con

solo ahorrar 6,6 % de su salario promedio por mes podrá cubrir una semana en el The Ritz-Carlton de Santiago de Chile, mientras que a la inversa un trabajador chileno debería ahorrar 90,8 % mensual para alojarse en el hotel de la misma firma en Miami Beach.

**Gráfico 6. Días de trabajo necesarios de un recepcionista en hoteles 5 estrellas de la firma Marriot para abonar una estadía semanal en un hotel de la misma categoría y firma**

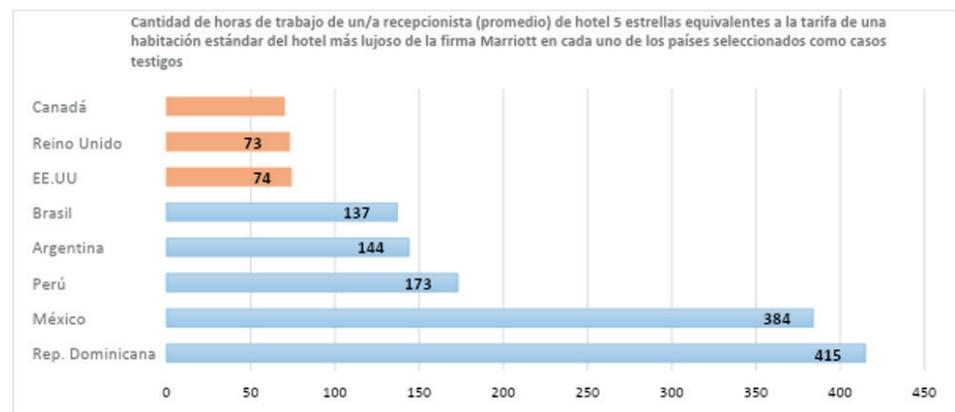


Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos de los sitios de reservas de los hoteles Marriot relevados y de las plataformas de empleo Indeed, Monster.com y Glassdoor.

El desarrollo geográfico desigual del capital se reafirma en la expansión del capital hotelero: la clase trabajadora de los países más desarrollados del capitalismo global acceden a los viajes al exterior por la tasa de superexplotación de la clase trabajadora de los países con mayor niveles de pobreza y desigualdad social, ya que tal situación abarata los costos de los servicios. La extracción de una mayor tasa de plusvalía reduce considerablemente los costos operativos de los hoteles. El gráfico 7 da cuenta de ello, al realizar un cálculo que denominamos *plusvalía hotelera*. Este consiste en determinar la cantidad de horas de trabajo de un/a recepcionista inicial de un hotel 5 estrellas, que equivalen a la tarifa de una habitación estándar del hotel más lujoso de la firma Marriot en cada uno de los países seleccionados como casos testigos.

En los resultados de la plusvalía hotelera se puede corroborar que en países como República Dominicana se pueden costear casi 52 jornadas de 8 horas de trabajo (415 horas) con la tarifa por día de una habitación del The Ocean Club, a Luxury Collection Resort, Costa Norte; en México, 48 jornadas (384 horas) con la tarifa diaria del The St. Regis Punta Mita Resort, y en Perú casi 22 jornadas (173 horas) con la tarifa del Tambo del Inka, a Luxury Collection Resort & Spa, Valle Sagrado. Esto contrasta con la plusvalía hotelera que se extrae en países como EUA, Canadá o Reino Unido, que no llegan a las 10 jornadas de trabajo con la tarifa diaria de una habitación estándar en los respectivos hoteles de mayor lujo de Marriott. La combinación entre diversidad de atractivos turísticos, bajos salarios, elevadas tasas de plusvalía, normativas flexibles y favorables para la inversión y devaluación monetaria en la mayoría de los países latinoamericanos explica la expansión y reproducción del capital turístico foráneo en la región.

**Gráfico 7. Cálculo de plusvalía hotelera en hoteles Marriott**



Fuente: Elaboración propia en base a la información recabada en las plataformas de empleo Indeed, Monster.com y Glassdoor.

### A modo de cierre: ¿es posible otro desarrollo turístico?

La foto tomada en el 2019 por el andinista nepalí Nirmal Purja en el monte Everest, en la que se dimensiona el atasco para acceder a la cumbre más alta

del planeta (8.848mts); el cierre por parte de las autoridades tailandesas entre 2018-2022 de la bahía Maya en la isla Ko Phi Phi como medida para recuperar los arrecifes de corales que se perdieron como consecuencia del incremento de visitas turísticas desde el estreno en 2000 del film de Danny Boyle *The Beach*, protagonizada por Leonardo Di Caprio, que le otorgó al sitio fama internacional; la crisis en la oferta hídrica en la isla caribeña de San Andrés (Colombia), que en 2016 condujo a múltiples manifestaciones sociales contra el gobierno departamental debido a que se priorizó el suministro al sector turístico y se relegó a la población residente en el acceso al agua potable; el cierre parcial de Machu Picchu y la cancelación de viajes hacia Perú por la ola de violencia institucional desatada por la represión social del gobierno de carácter golpista presidido por Dina Boluarte, periodo en el sector turístico perdió 6,2 millones de U\$s diarios por la crisis política y se cancelaron el 85 % de los paquetes turísticos previamente contratados;<sup>78</sup> la vigencia en Honduras de la Ley de Empleo por Hora (Decreto N° 354-2013) que lleva al extremo la institucionalización de la precarización laboral sobre todo en el sector turístico en el que se la aplica con mayor regularidad; todas estas son, entre tantas, expresiones concretas e innegables de las contradicciones y problemáticas que se enlazan con el desarrollo turístico, las necesidades expansivas y reproductivas del capital turístico y sus límites como respuesta a las crisis regionales en curso.

La premisa básica del capital turístico es que un destino o atractivo es “exitoso” en la medida que alcanza niveles altos de ocupación habitacional y consumo. Esto atrae nuevas inversiones y genera nuevos empleos al ampliar la oferta de servicios para el turista (hotelería, gastronomía, entretenimientos). No obstante, esta idea de una reproducción continua colisiona –como hemos repasado– con todo tipo de límites físicos, ambientales, sociales, culturales, políticos y económicos. La saturación y congestión en los atractivos turísticos, el sobreuso de instalaciones e infraestructuras urbanas, las concesiones y cesiones del Estado al sector privado en desmedro de los beneficios comunitarios y la sobreexplotación laboral son indicadores que no comulgan con el “éxito”, al menos no para todos. Ante tal situación, no debe sorprendernos el crecimiento

78 “Turismo en Perú pierde más de us\$ 6,2 millones diarios por crisis política desde 2022”, *Gestión*, 27 de enero de 2023, <https://gestion.pe/economia/turismo-en-peru-pierde-mas-de-us-62-millones-diaros-por-cri-sis-politica-desde-2022-ministe-rio-de-comercio-y-turismo-luis-fernando-helguero-dina-boluar-te-noticia> (consultado el 10 de junio de 2023).

en las últimas décadas de movimientos overturistas y comunidades que rechazan de plano la fórmula de que a mayor cantidad de turistas, mayor posibilidad de desarrollo para la sociedad que lo acoge.

Además de lo señalado, la pandemia por Covid-19 dejó expuesta la compleja fragilidad de la economía turística al padecer el sector una cuasi parálisis durante la mayor parte de 2020. En tal año, según datos de la OMT,<sup>79</sup> los viajes internacionales cayeron 74 %, y las pérdidas estimadas fueron de 2,4 billones de U\$s (este valor es equivalente al PBI total del Mercosur del 2020 más Chile y Perú). Según datos del Banco Mundial, el PBI de 2020 de los cuatro países del Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay) más los de Chile y Perú sería de 2,4 billones de U\$s.<sup>80</sup> En la mayoría de los países latinoamericanos, como en el resto del mundo, el Estado rescató al sector empresarial mediante programas basados en exenciones impositivas, reducción de tarifas en el pago de diferentes servicios mediante subsidios, incentivos financieros y cesiones de bienes públicos y comunes. En contraste, fue menor la asistencia a los trabajadores asociados al desarrollo turístico, uno de los sectores más castigados por la pandemia.

Buena parte de esta fuerza laboral en todo el mundo fue suspendida o despedida frente al cierre parcial o definitivo de las empresas ligadas al turismo. Para afrontar dicha situación, en varios países se crearon fondos estatales para asistir a las familias trabajadoras afectadas, pero no su equivalente salarial. Un ejemplo de esto último es República Dominicana, donde el Ministerio de Hacienda creó ante la crisis por Covid-19 el programa Fondo de Asistencias Solidaria al Empleado (Decreto 143/20), que alcanzó a trabajadores registrados en el sector turístico, los cuales, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), en 2019 representaban 16 % del total de los empleos nacionales. Según el WTTC, este porcentaje se traduce en 728.500 empleos.<sup>81</sup> El monto abonado por el programa fue entre 93 y 158 U\$s mensuales (a valores de abril 2020), cuando el promedio de un salario de un/a recepcionista de hotel de 5 estrellas en las playas dominicanas es mayor a 400 U\$s. Otro caso es Argentina, país en el cual el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social extendió durante la emergencia sanitaria

79 OMT, *World Tourism Barometer*.

80 “PIB (U\$s a precios actuales)”, Banco Mundial, <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD> (consultado el 18 de marzo de 2023).

81 “Dominican Republic 2022. Annual Research: Key Highlights”, WTTC, [https://wttc.org/DesktopModules/MVC/FactSheets/pdf/704/103\\_20220613160256\\_DominicanRepublic2022\\_.pdf](https://wttc.org/DesktopModules/MVC/FactSheets/pdf/704/103_20220613160256_DominicanRepublic2022_.pdf) (consultado 10 de marzo de 2023).

el programa de Recuperación y Sostenimiento Productivo (Decreto 332/20) para asistir a los trabajadores de sectores paralizados por la pandemia, como el turismo. En este caso, el Estado abonó entre 50 y 100 % del salario mínimo vital y móvil (según el tamaño de la empresa en la que desempeña el trabajador), lo que implicó un ingreso, a abril de 2020, entre 85 y 191 U\$s mensuales (cotización del dólar más Impuesto País), mientras en la línea de indigencia para una familia tipo de cuatro integrantes se ubicó ese mismo mes en 260 U\$s.<sup>82</sup>

Si bien la situación actual es diferente al momento más agudo de la pandemia, incluso la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha decretado el fin de la “emergencia sanitaria global”,<sup>83</sup> lo cierto es que la ayuda del Estado al sector empresarial del turismo continúa para que este recupere su dinamismo y retornen los beneficios atribuidos a su efecto multiplicador. Este rescate al capital turístico no se alinea con la situación de los trabajadores del sector debido a la precariedad laboral, inestabilidad y caída salarial, que persisten en tiempos de post-pandemia.

La expectativa corporativa planteada hace más de 20 años por la OMT de que el turismo sostenible es el salvavidas para los sectores sociales vulnerables en los países más empobrecidos se diluye ante los signos de agudización de los contrastes y polarización social en América Latina. Frente a este cuadro, ¿es posible que el turismo puede asumir y contribuir a un desarrollo integral? Sin entrar en planteos sobre transformaciones profundas y de debates ideológicos sobre cuál modelo de producción, exponemos y ponemos en discusión algunas posiciones sintetizadas que refieren a qué líneas generales y singulares podrían contribuir a un modelo de desarrollo turístico que transite hacia la justicia espacial, a la mejora en la calidad de vida la comunidad que lo promueve, a su incorporación como derecho pleno y a la dilución de los contrastes existentes hacia el interior de la oferta y acceso a servicios de mayor calidad:

1. Las implicancias socioterritoriales del desarrollo turístico requiere que existan (o se mejoren) mecanismos de involucramiento de la ciudadanía para decidir, democrática y participativamente, cuáles inversiones de envergadura y de impacto acepta y cuáles no, sean

82 “Incidencia de la pobreza”, 1-18.

83 OMS, “Se acaba la emergencia por la pandemia, pero el COVID continúa”, Noticias ONU, 5 de mayo de 2023, <https://news.un.org/es/story/2023/05/1520732> (consultado el 10 de diciembre de 2023).

estas impulsadas por el sector público o privado. Transformar un lugar que le es propio a una comunidad en un atractivo turístico, no es un hecho menor; es un proceso que altera la relación sociedad-ambiente, la vida cotidiana y las identidades sociales. Por tal motivo, el accionar de las fuerzas productivas turísticas tiene licencia social si cuentan con respaldo genuino de la comunidad. Las consultas populares son un instrumento idóneo; no obstante, no deben ser “no vinculantes” porque de esta forma se diluye su principio activo en lo que respecta a la democratización del territorio y solo adquiere un carácter informativo. El método debe ser vinculante sobre la base de una difusión detallada de la información, de las posiciones y del debate.

2. Para afrontar la baja participación en las ganancias de los trabajadores y reducir la alta tasa de plusvalor que obtiene el empresariado del sector turístico en América Latina, es lógico suponer que el rol principal para revertir la tendencia lo tienen las organizaciones obreras. Un destino turístico requiere de trabajadores para construirlo, atender las demandas y satisfacer las necesidades de los turistas. Por tal motivo, la conquista de derechos y salarios es inobjetable y sus logros dependen del activismo, movilización y negociación de los sindicatos sectoriales. Es conveniente que los convenios colectivos de trabajo que aún no lo hayan realizado negocien una participación directa y porcentual en las ganancias, al menos en las grandes empresas del sector, funcionando como estímulo en la calidad de la labor. Para esta medida, es indispensable que los libros contables tienen que estar abiertos a los trabajadores de la empresa. En el caso concreto de las cadenas hoteleras y gastronómicas internacionales, sería novedoso estudiar mecanismos de equiparación salarial entre los trabajadores de diferentes países y así contribuir a debilitar las formas de desarrollo geográfico desigual.
3. En América Latina, en términos generales, la política impositiva es regresiva. En el sector turístico, sobre todo en destinos internacionales, es importante que los Estados de la región definan y acuerden una política fiscal progresiva que permita una mayor recaudación de los grandes empresarios nacionales y extranjeros que explotan los atractivos naturales y culturales, y que esos recursos se orienten a la creación de fondos para planes de vivienda y urbanización de calidad.

De esta manera, en una región con marcadas desigualdades las formas de segregación, fragmentación socioespacial y gentrificación que el mercado inmobiliario-turístico promueve se matizarían frente a la mejora sustancial del hábitat urbano de aquellos espacios que no participan de los circuitos de movilidad turística.

4. El mercado turístico avanza fundando novedosos destinos y creando productos en una región diversa y atrayente como lo es América Latina. Buena parte de los pueblos que se instalan dentro de una red turística no tienen los recursos económicos para dominar el proceso de desarrollo, y la mayoría de la comunidad solo puede vender su fuerza de trabajo, que en el sector, tiende a ser una oferta precaria y flexibilizada. Por lo tanto, las inversiones foráneas pasan a predominar en la oferta de los principales servicios, y se enajenan los recursos y la tierra disponible. Una alternativa a esta forma de desarrollo turístico es que todas las escalas político-administrativas estén comprometidas en el diseño de estrategias tendientes a una mejor sociabilización de los medios de producción de la economía turística. Por medio de diferentes mecanismos (cooperativas de trabajo, control obrero, red de campesinos y oferentes turísticos, juntas vecinales) y con asistencia financiera del Estado sería viable transformar las comunidades interesadas en desarrollarse turísticamente en empresas sociales que ofertan servicios para el turista y logran captar la ganancia y distribuirla en base a intereses de conjunto, incluso habilitando la posibilidad de reinversión en infraestructura y servicios.
5. Dos aspectos son centrales para la democratización del turismo y su incorporación como derecho pleno. Por un lado, la lucha de la clase trabajadora organizada por salarios dignos no debe reducirse a la subsistencia. Un salto cualitativo y transitivo en la relación capital-trabajo es la mejora salarial que permita un mayor ahorro del trabajador y la posibilidad de contar con los medios para destinarlos a las distintas formas de ocio o efectuar cualquier otra inversión que considere. Esto significa que los acuerdos de subas salariales deben estar por encima de la inflación monetaria. A su vez, los sindicatos pueden contribuir a reforzar la concepción del turismo como un derecho al construir hoteles para los afiliados, facilitar el traslado y actividades recreativas a costo preferencial. Para estos fines, es imprescindible que

las direcciones sindicales estén comprometidas con la clase social que representan y no estar adaptadas o cooptadas por el poder político o empresarial (lo que se conoce como burocracias sindicales).

6. El segundo aspecto para la consolidación del derecho al turismo radica en destinar parte del ahorro nacional a programas de turismo social que se ejecuten en diferentes regiones turísticas. El Estado tiene que ser el garante de dicho derecho en los sectores más vulnerables, hasta que dicha condición exista. Esto debe estar enmarcado dentro de una gestión que priorice la infraestructura de calidad y de máximo confort.
7. Por último, el planeamiento de todos los destinos y atractivos turísticos tiene que realizarse calculando la capacidad de carga de cada lugar, promoviendo las infraestructuras más adecuadas al ecosistema (de menor impacto) y las prácticas que menos interfieran con la vida y la cultura de la comunidad que se expone al mercado turístico.

Para finalizar, estas son líneas de acción transitivas, preliminares y discutibles. Es un aporte a la idea de que el turismo otro es posible. La experiencia fáctica desde el inicio del programa ST-EP de la OMT demuestra los límites y contradicciones del desarrollo turístico tal como está pensado en el actual contexto. Para que el turismo contribuya a un desarrollo territorial integral debe deconstruirse la mirada empresarial y corporativa que gobierna sus razones y objetivos.