

EL TURISMO Y LOS ENCADENAMIENTOS CON LOS DEMÁS SECTORES PRODUCTIVOS EN AMÉRICA LATINA

Vivianne Ventura-Dias

LATN (Red Latinoamericana de Política comercial/ Latin American Trade Network)

RESUMEN

A pesar de su importancia económica, el turismo permanece un sector poco estudiado por economistas. Sin embargo, una vasta literatura sobre los impactos económicos, físicos y sociales del turismo ha sido generada las últimas cuatro décadas por especialistas en turismo, que permanece ignorada por los economistas del comercio y del desarrollo. Este trabajo busca llenar esta laguna y proporcionar una visión amplia del complejo de actividades que constituyen el “sector” del turismo. En él se hace una revisión no exhaustiva de la literatura sobre la cadena de valor del turismo y son examinadas las experiencias contrastantes de Brasil y México, en la construcción de destinos significativos para los viajeros internacionales, con el propósito de comparar la contribución del turismo a las economías nacionales.

La relación entre el turismo y el crecimiento económico del país-destino es polémica. En muchos países, la expansión del turismo trajo beneficios para inversionistas y empresas, sin generar empleos de calidad para la economía local y divisas netas para la economía nacional. Diversas experiencias históricas mostraron que el turismo necesita de políticas públicas para que se convierta en un instrumento efectivo de un desarrollo sostenible e incluyente, que englobe el uso equilibrado de los recursos naturales, la integración productiva de empresas de pequeño porte, la creación de empleos y la diversificación productiva de la economía.

Palabras-clave: turismo; desarrollo económico; América Latina

INTRODUCCIÓN

Diferentemente de la minería o de la agricultura, el turismo no es una industria pero un conjunto de actividades económicas relacionadas con los intereses de viajeros nacionales e internacionales. El turismo comprende las actividades que las personas (visitantes) realizan durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de

tiempo consecutivo inferior a un año por fines de ocio y recreación, negocios, salud, educación u por otros motivos. La noción de actividad engloba todas las acciones de los visitantes empezando con la preparación para el viaje, en su país de origen, así como las que transcurren durante el viaje, y en el país de destino. El turismo abarca también las instalaciones construidas para abrigar los servicios que atienden a las necesidades de los viajeros.

Como consecuencia, el turismo incluye un gran número de industrias con las cuales mantiene vínculos directos (alojamiento, alimentación, agencias de viajes, transportes, alquiler de coches, entre otras), mientras que con otras industrias tiene vínculos indirectos (por ejemplo, los bancos, los seguros, la agricultura, el servicio postal, las telecomunicaciones, y la construcción). La contribución del turismo a la economía local y nacional es abordada desde el lado del consumo, o sea, identificándose el impacto de las actividades de los visitantes en la producción y el empleo en el local de destino, y en la economía del país. Por otra parte, el turismo también puede ser analizado desde el lado de la oferta, analizando la organización productiva de una serie de actividades orientadas principalmente al consumo de los visitantes (DIESA 2010, pág.2).

Desde su inicio, las actividades relacionadas con el turismo masivo causaron preocupaciones sobre sus impactos económicos, físicos y sociales (Mathieson y Wall 1982).¹ El turismo de enclave (resortes turísticos) ha sido el blanco de las críticas porque sintetiza un turismo no sostenible por sus relaciones conflictivas con la comunidad local y la presión que ejercen sobre los recursos naturales. Esa modalidad de turismo conforma instalaciones creadas para mantener en el local de destino, las formas de consumo que los turistas están acostumbrados en sus países de origen, totalmente aisladas de la organización social y cultural de las comunidades residentes, y con bajos vínculos con la economía local.

La naturaleza del turismo, como una colección de actividades económicas específicas que se articulan para entregar productos solicitados por los viajeros internos e internacionales, demandó estudios detallados de los vínculos directos e indirectos entre las distintas industrias componentes, con el propósito de definir las fronteras de la “industria del turismo”. Además, las investigaciones sobre los impactos económicos del turismo y el desarrollo económico y social generaron una literatura considerable sobre los encadenamientos (*linkages*) y los

¹ El turismo de masa cobra ímpetu con los cambios tecnológicos y sociales que incidieron sobre las tres variables fundamentales del turismo: movilidad, ingreso y tiempo. Como lo conocemos hoy, el turismo de masa se inicia alrededor de los años 1950 y llega a su apogeo en la década de 1960 cuando representaba entre 60 a 70 por ciento del total de los flujos de turismo.

escapes (*leakages*) en la cadena de valor del turismo, a pesar de los problemas conceptuales y empíricos que subsisten. Esa literatura permanece, en gran parte, desconocida de los economistas del comercio y del desarrollo, pese la gran importancia del turismo en la economía de la mayoría de los países en desarrollo y de los latinoamericanos, en particular. El presente trabajo representa una contribución a la difusión de la literatura de turismo acerca de la interpretación de los vínculos entre el turismo y un desarrollo inclusivo y sostenible en América Latina. México y Brasil serán presentados como dos casos en los cuales los efectos agregados del turismo en las actividades económicas y el empleo resultan aún indeterminados. Como destino turístico, México ocupa un lugar de destaque en el turismo internacional. Brasil consiste un caso aparte, porque no ha conseguido competir internacionalmente en el turismo de sol y playa, y es importador neto de servicios de turismo. El país ha logrado el desarrollo de destinos turísticos con base en su amplio mercado interno, y en los viajeros de los países vecinos miembros del Mercosur.

El trabajo está organizado como sigue. Después de esta breve introducción, la sección 2 describe la evolución del turismo en América Latina en el periodo entre 1990 y 2005, la importancia relativa de los ingresos derivados del turismo para la economía y el empleo. La sección 3 sintetiza parte de la extensa literatura sobre la cadena de valor del turismo con la intención de exponer la complejidad que caracteriza la producción y el consumo de los servicios de turismo, y la dificultad para evaluar conclusivamente los encadenamientos productivos entre el turismo y un desarrollo sostenible. La sección 4 se concentra en los casos de México y Brasil para examinar la evolución del turismo, las políticas de promoción adoptadas, y los efectos en la economía. La sección 5 presenta algunas consideraciones finales.

1. EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN AMÉRICA LATINA

El turismo es practicado por viajeros residentes en el país (turismo interno) y por no-residentes en el país de destino (turismo internacional), mientras que el turismo internacional es dividido entre turismo emisor y turismo receptor.² Turismo emisor se refiere al movimiento de visitantes para fuera de su país de residencia mientras que el turismo receptor se refiere a las actividades de visitantes no-residentes en el país de destino. En años recientes,

² Otro importante elemento en la definición del turista internacional es que la visita no debe tener como propósito la remuneración por servicios laborales (DIESA 2010 págs. 13-14).

principalmente a partir de fines de 1990, el turismo receptor fue reconocido como un área de actividad económica que puede desempeñar un papel positivo en los programas de reducción de la pobreza y como parte de una estrategia para un desarrollo sostenible.³

El turismo receptor abarca un conjunto de actividades que, en 2008, generaron más de 946 mil millones de dólares con el movimiento de cerca de 920 millones de viajeros, según la Organización Mundial del Turismo (OMT).⁴ Los viajes y el turismo fueron severamente impactadas por la crisis económica global, determinando una contracción de 4,8 por ciento en 2009 y un crecimiento estimado de solamente 0,5 por ciento en 2010. Para 2011, se estima un crecimiento de 3,2 por ciento, aún por debajo de la tendencia histórica de las últimas décadas.⁵ El turismo es considerado uno de los más importantes sectores socio-económicos mundiales, aunque, como ha sido mencionado, no se constituya una industria y sí una colección de industrias productoras de bienes y servicios para los viajeros en el punto de destino. Como propone la OMC (Organización Mundial del Comercio), a diferencia de otros servicios, el turismo (viajes en la clasificación de balanza de pagos adoptada por la OMC) no es un tipo específico de servicio sino un conjunto heterogéneo de bienes y servicios consumidos por los visitantes en los destinos turísticos.⁶ Los bienes y servicios englobados más comúnmente son el alojamiento, los alimentos y las bebidas, servicios financieros y seguros, los servicios relacionados con el esparcimiento y el transporte, los regalos y los recuerdos (en la economía visitada). Las estadísticas sobre el turismo son colectadas a partir de estimaciones de los gastos de turistas nacionales y extranjeros siendo que los gastos de los turistas extranjeros son computados como exportación de turismo.

Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC por su sigla en inglés) en 2008, la economía de viajes y turismo generó aproximadamente 242 millones de empleos en el mundo (cerca de 3 por ciento de los empleos mundiales) y fue responsable por casi un 9,6 por ciento del producto global (5,387 mil millones de dólares).⁷ Los viajes y los gastos de turismo han mantenido un ritmo de expansión promedio de 4 a 5 por ciento al año durante las últimas seis décadas, directamente asociado al crecimiento de los ingresos en los países industrializados

³ Véase la página Pro Poor Tourism (<http://www.propoortourism.org.uk>). En 2002, la OMT estableció el programa "Turismo Sostenible para la Eliminación de la Pobreza (ST-EP).

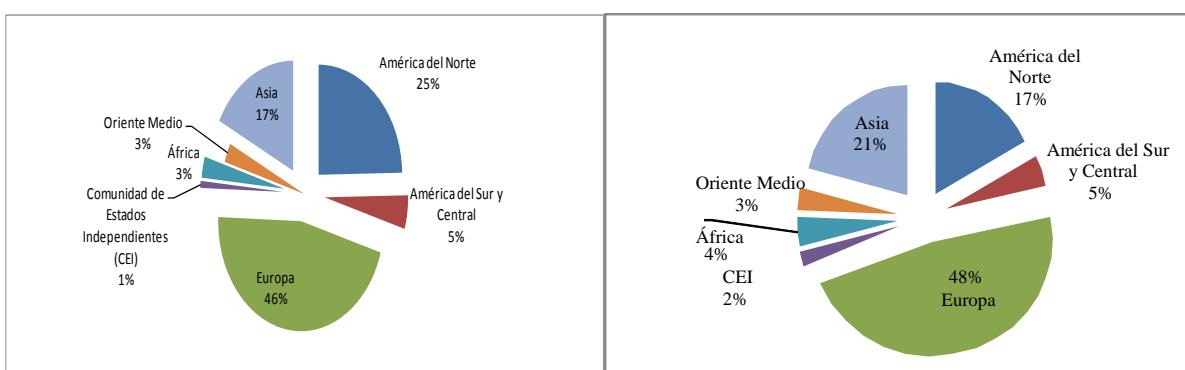
⁴ Véase UNWTO World Tourism Barometer disponible en <http://www.unwto.org>.

⁵ Véase la página (http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Research).

⁶ La definición de viajes en la balanza de pagos incluye los bienes y servicios adquiridos por los viajeros a título personal, por motivos relacionados con la salud o la educación o por motivos de otra índole, y por los viajeros por motivo de negocios (OMC 2009, p. 167).

⁷ En 2004, la WTO fue integrada al sistema de las Naciones Unidas como una agencia especializada multilateral, mientras que el WTTC es un organismo privado.

primero, y en los en desarrollo, después.⁸ Sin embargo, esas elevadas tasas de crecimiento se deben a la expansión del turismo entre las décadas de 1950 y 1970, cuando presentó tasas superiores al 10 por ciento.⁹ Desde la década de 1970 se observa una reducción gradual de las tasas de crecimiento, que pasaron de 5,3 por ciento al año entre 1970 y 1980, a 4,7 por ciento entre 1980 y 1990, 4,6 por ciento entre 1990 y 2000, y 3,2 por ciento entre 2000 y 2010. El análisis de las tendencias de largo plazo de llegadas de turistas internacionales en el curso de las últimas seis décadas indica que el crecimiento agregado del turismo se debe a la diversificación geográfica de los destinos turísticos, (cambios de composición), con la pérdida del dinamismo de algunos destinos (como ha sido el caso de México y la República Dominicana en la región), mientras otros aumentaron su participación relativa. En la actualidad, los países de Asia y del Oriente Medio reciben un número creciente de turistas y se transforman en destinos preferidos de los turistas.



Fuente: OMC (Organización Mundial del Comercio), 2009, *Estadísticas del comercio mundial*, cuadro iii.6, OMC, Ginebra (disponible en la página de la OMC http://www.wto.org/spanish/res/statis/s/its2009/s/its09/trade_category.s.htm

Europa y los Estados Unidos albergan las localidades preferidas de los viajeros internacionales, representando más del 55 por ciento del turismo receptor mundial.¹⁰ En 2008, los países de la Unión Europea aún representaron más del 48 por ciento del valor de las exportaciones mundiales de turismo (incluyendo el comercio intra-Europa, que es significativo: cerca de un 70 por ciento del total europeo), mientras que los Estados Unidos

⁸ En 2008, el turismo representó más de un cuarto de las exportaciones de los servicios comerciales registradas por la OMC (3,780 mil millones de dólares) y 4,9 por ciento del total de las exportaciones de bienes y servicios (19,497 mil millones de dólares) (OMC 2009).

⁹ Entre 1950 y 1970 los turistas aumentaron de 25 para 166 millones (OMT).

¹⁰ Según las estimativas de la OMT, en 1950 Europa representaba 66,4 por ciento de las llegadas de turistas internacionales, una proporción que aumentó en 1965 para 74 por ciento, con el incremento del turismo emisor de Estados Unidos (http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITA_1950_2005.pdf).

representaron poco más del 14 por ciento (58 millones de visitantes en 2008).¹¹ Los países asiáticos, principalmente China, Tailandia, y Malasia, han aumentado su participación en los ingresos derivados del comercio de servicios de turismo (véase el gráfico 1). En el mismo año, por el concepto de llegadas de turistas, los países europeos recibieron cerca de 487 millones de turistas internacionales (incluyendo los provenientes de Europa) del total de 920 millones.

Cabe mencionar que una gran parte del movimiento internacional de pasajeros ocurre dentro de la misma región. Por ejemplo, según los datos de la OMT para 2005, casi dos tercios del turismo receptor en los Estados Unidos se originan en otras partes de las Américas, mientras que más del 90 por ciento de los turistas que llegan a China provienen de los países asiáticos vecinos. En Francia, un país que abriga ciudades destinos preferidos de los turistas internacionales, 89 por ciento del turismo receptor se origina en otros países europeos.

Excluido México, el resto América Latina no disfruta una posición elevada entre os destinos de los viajeros internacionales. En 2008, México fue responsable por más del 1.8 por ciento de las exportaciones mundiales de turismo (por el concepto de ingresos derivados), mientras que el resto de América Latina bajó su participación de 4,9 a un 4.5 por ciento. En el mismo año, los países de América del Sur contabilizaron la llegada de casi 21 millones de turistas, concentrados principalmente en Argentina y Brasil, una cifra similar a la que México, el mayor exportador de servicios turísticos de la región, recibe a cada año.¹² Por el lado del turismo emisor, América Latina, en su conjunto (menos México), representó cerca de un 3,2 por ciento de las importaciones de turismo, destacándose Brasil como el gran consumidor de turismo en el exterior con un saldo deficitario sistemático en su cuenta de turismo (véase más adelante). El país representó el 41 por ciento de las importaciones de la región en 2008 (1,3 por ciento de las importaciones de turismo mundiales) (OMC 2009 cuadro III.6).¹³

El peso del consumo turístico en el PIB varía según el tamaño de las economías. Según las estimaciones de la CEPAL, la República Dominicana y Costa Rica son las economías que más dependen de los ingresos del turismo. En el caso de Republica Dominicana, esos ingresos representan más del 12 por ciento del PIB, y en el de Costa rica, casi un 9 por ciento del PIB.

¹¹ En 1950 los 15 principales destinos absorbían el 98 por ciento de todas las llegadas de turistas internacionales, en 1970 esa proporción bajó al 75 por ciento y en 2007 cayó al 57 por ciento. La reducción de los 15 destinos tradicionales refleja la aparición de nuevos destinos, muchos de ellos en países en desarrollo (<http://www.wto.org>). En 2008, Francia atrajo cerca de 80 millones de visitantes internacionales.

¹² Los países del Caribe (incluyendo Cuba y la Republica Dominicana) recibieron la misma suma (cerca de 20 millones de turistas) en 2008. Véase en cuadro en http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/ITA_Americas.pdf.

¹³ Tanto la OMC como la OMT clasifican México entre los países de América del Norte. Para la OMC, el resto de América Latina está incluido en el grupo “América del Sur y Central”.

En México, pese al bulto de los ingresos derivados del turismo, el porte de la economía mexicana hace que el consumo de servicios turísticos represente poco más de 1,5 por ciento del PIB. Para pequeñas economías como Honduras, Panamá y Nicaragua, con un turismo receptor aún incipiente, el consumo turístico corresponde a casi un 5 por ciento del PIB de cada país, mientras que en El Salvador y Guatemala, la proporción se mantiene alrededor de un 3 por ciento, si bien que creciente (CEPAL 2007, cuadro 1 en el Apéndice Estadístico).

Asimismo, los ingresos derivados de los gastos de los turistas internacionales constituyen importante fuente de divisas para muchos países de América Latina. Para las economías más pequeñas de América Latina, como Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, República Dominicana y Uruguay, el ingreso derivado de las actividades de turismo representaron más de 10 por ciento del total de las exportaciones de bienes y servicios, mientras que para Panamá (20 por ciento) ya la República Dominicana (35 por ciento), el turismo aporta más del 20 por ciento del total. Entre 1990 y 1994, los ingresos provenientes del turismo llegaron a corresponder a más del 10 por ciento de las exportaciones de bienes y servicios mexicanas. Sin embargo, con la expansión de las exportaciones manufactureras y, más recientemente, el aumento del precio del petróleo, la proporción se redujo gradualmente hasta 1998, y se mantuvo desde entonces en cerca de un cinco por ciento. Para Argentina, Bolivia, Colombia y Perú, los ingresos derivados del turismo representan más de un cinco por ciento de sus exportaciones totales (CEPAL 2007, cuadro 2 en el Apéndice Estadístico).

Empleo es una variable de la mayor importancia en la evaluación de los impactos positivos del turismo sobre el desarrollo inclusivo. Sin embargo, no existen estadísticas confiables sobre el empleo generado por el turismo en todas sus formas y modalidades, dada la gran variedad de actividades, tipos de establecimientos, contratos de trabajo y arreglos laborales englobadas por el turismo.¹⁴ Por las estimaciones agregadas de la WCCT, en 2005 las industrias que están directa o indirectamente relacionadas con el turismo crearon en América Latina, cerca de 17,7 millones de puestos de trabajo, mismos que representan poco menos del 11 por ciento del total de empleos en la región. De esos, 6,7 millones serían empleos generados por las industrias directamente relacionadas con el turismo y 11 millones, por las industrias indirectamente relacionadas. Es decir, que las estimativas suponen que para cada empleo en las industrias relacionadas directamente con el turismo se generan 1,6 empleos adicionales. Como se discute más adelante, ciertos supuestos de integración de las actividades

¹⁴ La OIT (Organización Internacional del Trabajo) está realizando un trabajo conjunto con la OMT para mejorar las estadísticas sobre el empleo generado por las actividades asociadas al turismo así como el nivel de las remuneraciones.

de turismo con el resto de la economía deben concretarse para que sean generados estos empleos indirectos. Según la misma fuente, en 2005 en Costa Rica, México, Panamá, República Dominicana (20 por ciento) y Uruguay el empleo en turismo superó el 10 por ciento (Altés 2006, pág. 8).

Por otra parte, debe ser destacada la importancia que tiene el mercado interno para el uso y expansión de los bienes y servicios turísticos, sobre todo en los países más grandes. La información disponible indica ser la demanda interna menos segmentada que el turismo internacional, con mayor predominio de viajes familiares en automóvil, una tasa más baja de utilización de alojamientos comerciales y un gasto promedio menor que el turismo de larga distancia. Sin embargo, la demanda interna puede compensar la estacionalidad de otros mercados y generar oportunidades para destinos y empresas que no son competitivos en el mercado internacional. Entre otros factores, el turismo interno puede contribuir al desarrollo local y al equilibrio territorial (Altés 2006, págs. 12-13).¹⁵

Es interesante observar que aún para los grandes exportadores de servicios de turismo como Francia o los Estados Unidos, los viajes por turismo interno representan una proporción expresiva de las actividades de turismo total. Para Francia, el consumo por turistas residentes representa cerca del 70 por ciento del total de gastos de los turistas, mientras que para los Estados Unidos, esa proporción es de casi 88 por ciento, siendo que para México es superior al 80 por ciento. Para los cinco países latinoamericanos que contestaron el cuestionario de la OMT sobre la preparación de Cuentas Satélites de Turismo, en Chile el consumo interno representó 68 por ciento del total de ingresos generados por el turismo; en Colombia, 73 por ciento; 69 por ciento para Ecuador; 54 por ciento para Honduras y 74 por ciento para Perú (OMT 2009, pág. 36).

2. MARCO CONCEPTUAL Y METODOLÓGICO: LOS ENCADENAMIENTOS ENTRE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y EL RESTO DE LA ECONOMÍA.

El suministro de bienes y servicios para atender a los turistas abarca una amplia gama de agentes económicos y empresas de tamaños diversos, que van desde pequeñas y medianas empresas (PYMES) locales hasta grandes empresas multinacionales. Además de estar asociada al crecimiento de las pequeñas empresas locales, la expansión de las actividades

¹⁵ En el texto, los términos “turismo interno” es utilizado en un sentido más cerca al lenguaje común. El uso de turismo interno y doméstico en las definiciones de las Naciones Unidas es más complicado (véase DIESA 2010 pág. 15).

turísticas en una región es una fuente importante de divisas, y de demanda por mano de obra no calificada, en gran parte femenina, que es abundante en los destinos turísticos en países en desarrollo. Sin embargo, como ocurre con las demás actividades de una economía, la materialización de las promesas del turismo al crecimiento económico depende de muchos factores, entre otros, de cómo se integran las actividades turísticas con el resto de la economía, y de cómo se posiciona la industria local en la cadena productiva y de valor internacional. A razón de su complejidad, de sus diferentes ramificaciones y su amplitud, la contribución efectiva del turismo al desarrollo local y nacional es controversial.

La noción de los efectos de transmisión del crecimiento de una industria al resto de la economía evoca el concepto de encadenamientos desarrollado por Albert Hirschman, así como lo de efecto multiplicador del gasto propuesto por Keynes y difundido por Hicks.¹⁶ El turismo puede contribuir a la expansión de la producción y del empleo en la producción de servicios (hoteles, restaurantes, bares, comercio, etc.), y también indirectamente en la producción de bienes primarios y manufacturados. En su forma más sencilla, el efecto multiplicador refleja el número de veces que el dinero gasto por los turistas circula en la economía del país. Efectivamente, cuanto más densa (número e intensidad de los encadenamientos) sea la red de relaciones inter-industriales en la economía, mayor será el efecto multiplicador. En una economía abierta, parte de la demanda interna será satisfecha con producción de bienes y servicios generados en otros países, por medio de productos importados. En ese sentido, una parte del efecto inductor o multiplicador de los gastos de los turistas en la producción e inversiones productivas en otros sectores de la economía “se escapa” ya sea de la economía local como de la nacional (Mathieson y Wall 1982, págs. 35-92). Es decir, que el análisis de encadenamientos en una economía abierta debe introducir el concepto de fugas o escapes (*leakages*) derivadas de importaciones netas y a los efectos sobre la economía local/ nacional de las diferentes formas de la inversión extranjera.¹⁷

El concepto de encadenamientos inter-industriales de Hirschman tiene dos vertientes: 1. Los encadenamientos por la provisión de insumos, o los efectos de encadenamientos hacia atrás, definiendo una demanda derivada. Está implícito que toda actividad económica tiene la

¹⁶ Influenciado por la teoría de polos de crecimiento de François Perroux y por el concepto de economías externas de Alfred Marshall, Hirschman (1958) introdujo la noción de industrias líderes o clave en la teoría y modelos de desarrollo. Una industria podría ser clasificada según los impactos directos e indirectos de un crecimiento de la demanda final en otros sectores de la economía. En ese marco, son las relaciones inter-industriales que determinan el tamaño, la dirección y la intensidad de los efectos de transmisión del crecimiento desde la industria líder.

¹⁷ Weisskoff and Wolff (1977) analizaron el caso de Puerto Rico en el cual la creación de encadenamientos entre las industrias locales y los escapes entre los mismo sectores y la economía mundial resultaron en la creación de nuevas industrias y el desplazamiento de otras.

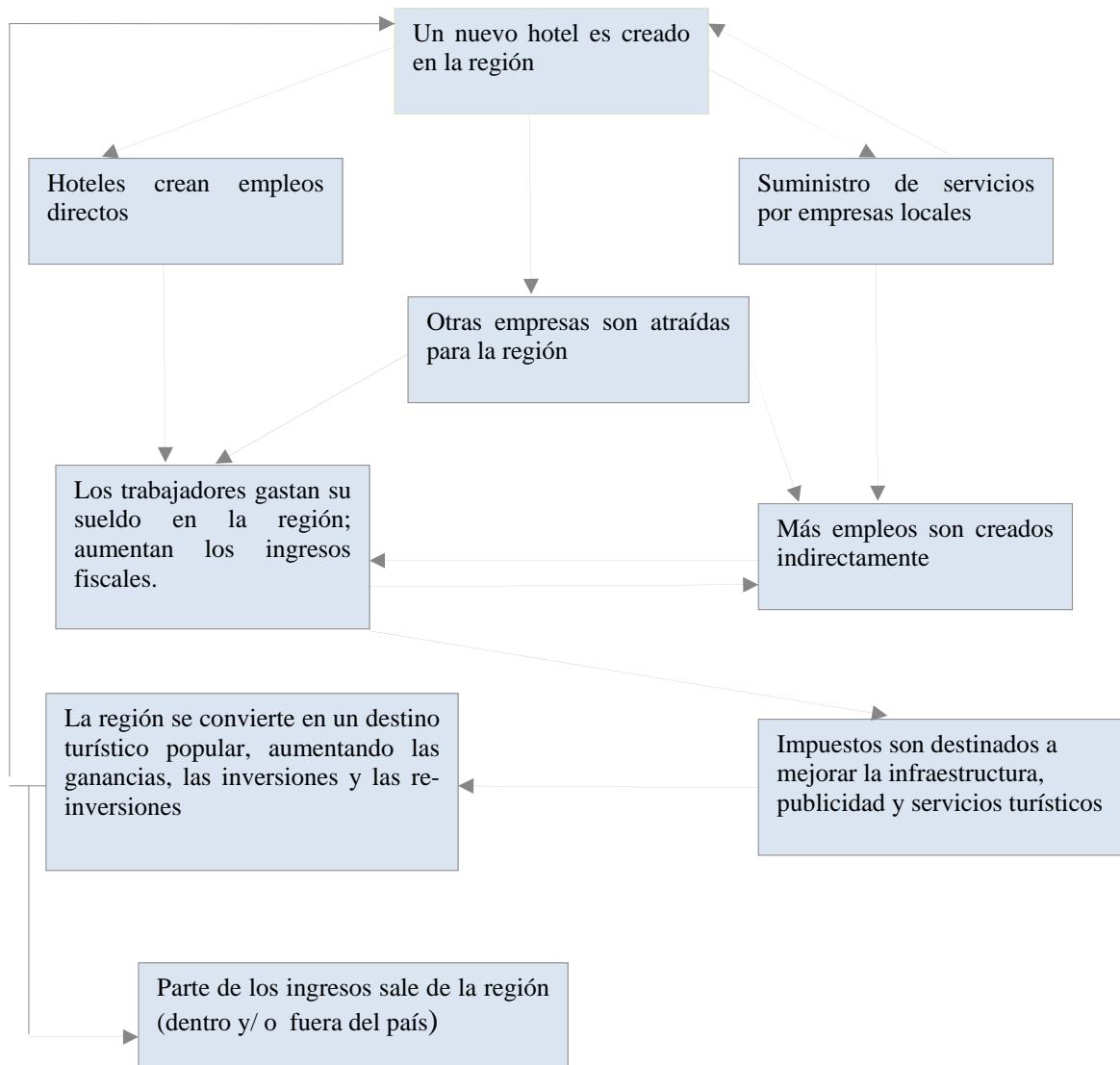
capacidad de inducir la provisión de los insumos necesarios para tal actividad; y 2. Los encadenamientos creados por la utilización del producto, o los efectos de los encadenamientos hacia adelante. Toda actividad, que por su naturaleza no se limita exclusivamente a la demanda final puede inducir la utilización de sus productos como insumos para nuevas actividades.¹⁸ Más recientemente, Michael Porter difundió la noción de los encadenamientos como uno de los cuatro factores que explican las ventajas competitivas, con mayor énfasis en las relaciones entre empresas, por ejemplo entre proveedores y compradores, cuyos vínculos contribuyen para garantizar la calidad de los insumos demandados por la empresa compradora (Porter 1990).¹⁹

Los analistas están de acuerdo que la naturaleza de la actividad turística es fundamentalmente multisectorial, generando relaciones inter-sectoriales de elevada complejidad con encadenamientos con el resto de la economía antes, durante y después de la prestación de servicios de turismo (Carner 2001). En su destino, los turistas compran bienes y servicios de sectores que directamente se benefician de estos gastos, y que son las industrias consideradas “de turismo” (alojamiento, restaurantes, entretenimiento, comercio al menudeo, transportes). Empero, como muestra el gráfico 1, parte del ingreso generado sale de la región y del país si las empresas proveedoras de los bienes y servicios se encuentran fuera de la región y del país. El concepto de cadenas de suministro del turismo abarca todos los bienes y servicios que entran en el suministro de productos turísticos a los consumidores. Incluye la provisión de bienes y servicios así como la infraestructura que apoya el turismo en el destino. Como indicado en el gráfico 2, la organización de la producción y el consumo de los servicios de turismo engloban un aglomerado de actividades independientes y relacionadas. El gráfico 2 propone la hotelería como una actividad nuclear de la producción y consumo del turismo, con encadenamientos hacia atrás que se establecen entre los hoteles y los suministradores de insumos que son necesarios para el consumo inmediato, tales como carne y pescado, productos lácteos, vegetales y bebidas en general.

¹⁸ El concepto del multiplicador implica un análisis de equilibrio parcial, es decir en el cual existe capacidad ociosa (recursos desempleados), los precios no responden al aumento de la demanda y los ajustes ocurren mediante cambios de cantidades (producción, empleos e ingreso). El multiplicador mide los efectos de ajuste de corto plazo a un cambio en el nivel de gastos de los turistas.

¹⁹ Porter difundió la importancia del ambiente económico para la productividad de las empresas generado por instituciones a nivel local y nacional.

Gráfico 2 - Efecto Multiplicador de la Inversión Turística



Fuente: Elaboración propia adaptada de Barcelona Field Studies Center (<http://geographyfieldwork.com/images/tmstatic.gif>).

Parte de los ingresos directamente derivados del turismo es utilizada para comprar bienes y servicios intermedios, otra parte, para pagar los servicios de los factores productivos directamente empleados en esos sectores, además de contribuir para los pagos de impuestos, y permitir ahorros.²⁰ Deben ser incluidos también los efectos indirectos e

²⁰ A nivel conceptual, la estimación de los impactos del turismo requiere la distinción entre los denominados impactos directos, indirectos e inducidos. Los primeros son los que se producen sobre las empresas que atienden directamente la demanda turística. Los impactos indirectos serían aquellos que tienen lugar a través de la cadena de relaciones intersectoriales que se originan a partir del impacto directo. Finalmente, los efectos inducidos tienen su origen en el gasto de la renta que se ha generado como consecuencia de los impactos directos e indirectos (Hernández Martín 2004). Mathieson y Wall (1982, págs.. 54 y 55) consideran los efectos secundarios y terciarios (directos, indirectos e inducidos),

inducidos, como por ejemplo, sobre la construcción, la agricultura y las telecomunicaciones. El turismo permite así la creación de encadenamientos hacia atrás con las industrias de bienes y servicios consumidos por los turistas. Todos los gastos de los turistas (demanda final) recorren la economía hacia atrás. Empero, como ha sido mencionado, no necesariamente estos productos y servicios van a ser aprovisionados por empresas locales. Dada la importante presencia de empresas y grupos multinacionales en diferentes puntos de la cadena productiva de turismo, algunos de estos encadenamientos pueden no concretarse y al contrario de un proceso virtuoso se pueden contabilizar fugas o escapes (*leakages*) de la región o del país. Parte de los ingresos puede migrar para productores intermediarios y factores de producción localizados en otras regiones (o países). Por ejemplo, Gilmore (2008) estimó que entre un 25 hasta un 75 por ciento de los ingresos generados por el turismo pueden dejar el país de destino, 25 por ciento en el caso de la India y 75 por ciento en el caso de las islas caribeñas. Otros tipos de encadenamientos son establecidos con la industria de construcción, y empresas que diseñan y confeccionan muebles, equipos, manteles, uniformes. Cuando esos bienes son producidos localmente, las actividades relacionadas con el turismo pueden tener un elevado efecto multiplicador en la economía local, mediante multiplicadores de consumo y otros multiplicadores a lo largo de cadena de valor. Además, el consumo turístico produce encadenamientos hacia adelante por medio de la producción de bienes y servicios directamente comprados por los turistas, tales como artesanías, compras locales, espectáculos musicales, tratamientos de salud, estética, el empleo de guías turísticos, entre otros.

Según Altès (2006)²¹, la cadena de valor²² en turismo de los servicios prestados por el sector privado se inicia en los mercados emisores de turistas en los que actúan: (i) agencias de viaje minoristas que venden servicios turísticos al consumidor final a través de oficinas abiertas al público o por Internet; (ii) sistemas de distribución (*Global Distribution Systems* o GDS) en los que se apoyan las aerolíneas y la mayoría de agencias de viajes para realizar reservas; (iii) operadores turísticos o agencias mayoristas que desarrollan paquetes de viajes y comercializan a través de agencias minoristas aunque, en ocasiones, lo hacen directamente; y (iv) servicios de transporte internacional – incluyendo los operadores de vuelos *charter* y las líneas de bajo costo– y sus proveedores (*catering*, *handling*, entre otros). La expansión de Internet ha propiciado el desarrollo de las agencias o portales de viajes virtuales, algunos de

²¹ Los tres párrafos reproducen el Recuadro 2 de Altès (2006, pág. 16): "Cadena de producción y de valor en turismo".

²² Una cadena de valor es definida como el conjunto de todas las actividades que son necesarias para producir un bien o servicio desde su concepción, pasando por las diferentes etapas de producción hasta el suministro al consumidor final para su uso.

los cuales se alimentan de las bases de datos de los GDS, así como la venta directa al público por parte de aerolíneas, hoteles y tour operadores especializados.

Los países que son importantes mercados emisores (por ejemplo, Reino Unido, Alemania o Estados Unidos) o países como España, en los que el turismo tiene larga tradición, son la sede de las empresas que forman los grandes conglomerados del turismo. Estos tienen presencia internacional dominando el llamado turismo de masas y los viajes de negocios, al integrar los principales eslabones de la cadena productiva. Los grandes grupos de la industria turística están formados por: operadores turísticos que negocian grandes volúmenes de reservas con las empresas de los destinos; agencias minoristas con gran cobertura de mercado que, en algunos casos, venden los viajes de esos tour operadores en exclusiva; compañías de vuelos *charter* y participación en empresas hoteleras y *resorts*, bien sea como accionistas o por medio de contratos de gestión y comercialización. Los lazos de propiedad entre esas empresas suelen ser una maraña y cambian constantemente debido a procesos de fusión y adquisición, y los otros modelos de control que fueron mencionados. Otras grandes empresas en turismo son las cadenas de hoteles de ciudad y negocios, las compañías de cruceros o los grupos que promueven los parques temáticos y su oferta asociada.

En los destinos receptores operan: (i) las empresas nacionales de transporte internacional; (ii) operadores receptivos que actúan como representantes de operadores turísticos extranjeros o comercializan sus servicios directamente a visitantes del exterior (y que hay que distinguir de las agencias de viajes que venden pasajes y servicios a los nacionales que viajan al extranjero, aunque las empresas mayores suelen tener departamentos especializados para atender a ambos mercados); (iii) establecimientos de alojamiento; (iv) diversos servicios de comidas y bebidas; (v) transporte local; (vi) operadores de actividades deportivas y de ocio; y (vii) comercio de recuerdos, artesanías o *duty-free*. Otros sectores de relevancia para algunos mercados son los servicios inmobiliarios de venta y alquiler de viviendas vacacionales, organización de eventos, culturales y de espectáculos, o servicios profesionales como los guías de turismo.²³

Cabe señalar que el turismo es una actividad en la cual, además del capital, la calidad de la infraestructura local y nacional, el conocimiento y más aún, el acceso a las cadenas globales de comercialización y distribución son elementos críticos. En la mayoría de los mercados emisores, los sectores claves del turismo están dominados por grandes empresas. Esto ha sido consecuencia de un proceso de consolidación y concentración de las principales empresas de

²³ La preocupación con el impacto económico del turismo cobró ímpetu a partir de la Conferencia Mundial Enzo Paci sobre la Evaluación de la Incidencia Económica del Turismo, celebrada en Niza en junio de 1999, que generó el documento metodológico de la Cuenta Satélite del Turismo (OMT 1999).

los diferentes segmentos de la industria turística, particularmente líneas aéreas, operadores turísticos y cadenas hoteleras (CEPAL 2008, pág. 115). Como ilustración, la concentración en los diferentes segmentos de la industria hotelera es muy elevado: cerca de diez cadenas hoteleras controlan cerca de tres cuartos de las acomodaciones entre las cien cadenas más importantes, que tienen una amplia presencia internacional. Sin embargo, las principales cadenas hoteleras representan solamente un 20 por ciento de la oferta hotelera mundial (Cepal 2008, pág. 120).

Grandes corporaciones pueden diversificar sus operaciones y fuentes de inversiones geográficamente, mientras que en las ciudades de destino en los países en desarrollo, empresas de menor tamaño tienen pocas oportunidades para diversificar, y encuentran rivales entre vecinos, debiendo competir con otros destinos posibles tanto en el mismo país como fuera de él.

El papel de la inversión extranjera directa (IED) tanto en el total de las actividades turísticas como en su eje nuclear, el sector hotelero-inmobiliario no es muy preciso. La subscripción de diversos tipos de contratos – gestión, arrendamiento y franquicias – puede ocultar la verdadera magnitud de la IED y de las empresas transnacionales en la producción y el consumo de turismo (CEPAL 2008; UNCTAD 2007). En la realidad, los estudios realizados por UNCTAD muestran que existe un gran desconocimiento empírico acerca de la dinámica de la IED en el turismo y de sus implicaciones para el desarrollo del turismo y de la economía local.

Contrariando algunas percepciones generalizadas acerca de la predominancia de la IED en las actividades del turismo en los países en desarrollo, y en América Latina, la participación de la IED es relativamente baja cuando se compara con las telecomunicaciones o los servicios financieros (UNCTAD 2007; CEPAL 2008). En el turismo como un todo, la participación de la IED en el stock de capital es baja. Existe una concentración en el segmento hotelero, con reducida participación en otras actividades como las de operadores turísticos, los sistemas de reservaciones y las compañías aéreas. Empero, no existen estadísticas internacionales sobre IED en el sector del turismo y las disponibles son insuficientemente comparables e incompletas. Precisamente, en la medida que las empresas multinacionales privilegian mecanismos sin participación de capital para su proceso de expansión internacional, las estadísticas oficiales no los registran como IED, subestimando la presencia del capital extranjero y la capacidad de control por las empresas multinacionales de las actividades de turismo en las economías receptoras(CEPAL 2008, pág. 118). Con todo se estima que cerca

del 80 por ciento del mercado del turismo masivo a nivel mundial es gestionado de alguna manera por empresas transnacionales (CEPAL 2008 pág. 119).

Bardham y otros (2008) describieron como en los últimos años, en función de cambios logísticos y tecnológicos, las industrias de turismo están sufriendo cambios estructurales significativos. En particular, se observó una separación entre propiedad y gestión de los activos turísticos. Las mayores empresas turísticas, particularmente hoteleras han privilegiado el uso de mecanismos sin participación directa de capital, apoyándose en activos intangibles como el reconocimiento mundial de una marca (franquicia), el acceso y la utilización de sistemas globales de reserva y un conocimiento (*know-how*) del negocio. La mayoría de estos activos intangibles pueden separarse de otros activos tangibles – como los bienes raíces – mientras que las empresas transnacionales se protegen mediante contratos u otros mecanismos legales. Esto ha permitido la concreción de acuerdos de gestión, arrendamiento y franquicia entre empresas multinacionales y grupos empresariales locales sin que las empresas multinacionales mantengan una participación en la propiedad de bienes inmuebles fuera del país de origen. Como resultado, entre las mayores cadenas del mundo son muy pocas las que poseen una participación mayoritaria de capital en los inmuebles donde funcionan sus hoteles. Por el contrario, las empresas hoteleras proveen una marca y servicios de gestión, mientras que la propiedad del inmueble es una operación totalmente diferente, dirigida por empresas distintas.

En realidad, el sector inmobiliario es una parte integral y forma la infraestructura básica de las industrias del turismo. Generalmente, el espacio físico en el cual se desenvuelven las actividades turísticas ha sido desarrollado y es administrado por empresas inmobiliarias con intereses en turismo, de manera que las fronteras entre turismo y negocios inmobiliarios están cada vez más difíciles de identificar. Bardham y otros (2008) analizaron los negocios inmobiliarios como un componente clave de la industria de viajes y turismo. Tradicionalmente, en turismo, los actores primarios del sector inmobiliario eran las cadenas globales de hoteles y hospitalidad, los promotores inmobiliarios de hoteles, resorts y comunidades vacacionales, y en un menor grado de relevancia, promotores inmobiliarios especializados y proveedores de servicios en el campo logístico y de viajes, como por ejemplo, la construcción, expansión y modernización de aeropuertos y otras componentes de la infraestructura de viaje. Si bien, la demanda de turismo por emprendimientos inmobiliarios continúa a originarse en estos segmentos de mercado, los actores están cambiando puesto que

los proveedores de turismo pasaron a concentrar sus intereses en los servicios más cruciales, con frecuencia separando los aspectos inmobiliarios de sus operaciones directas.

Por lo tanto, la medición de los encadenamientos productivos en el caso de las industrias relacionadas con el turismo presenta redoblados problemas metodológicos. A las dificultades que se encuentran en general para medir la contribución de las relaciones intersectoriales al crecimiento económico se suman los específicos de las actividades de turismo.²⁴ Como se describió, existe un problema inherente al análisis de los impactos del turismo en la economía que es consecuencia del turismo no ser una industria pero una mezcla de industrias, lo que dificulta definir con precisión los límites de la “industria”. No obstante los avances logrados en los últimos veinte años para la medición de las actividades de turismo, aún existe una elevada agregación de los datos, que resulta en la agrupación de actividades o de productos no similares. Trabajos sobre encadenamientos entre el turismo y el resto de la economía tienen que considerar que no hay acuerdo en la literatura de turismo acerca de los vínculos y encadenamientos que pudieran definir un sistema de producción del turismo (Cole 2007).

La clasificación de las actividades y productos utilizada para la confección de las Cuentas Satélite de Turismo explicita los vínculos entre actividades de un determinado sector y las actividades del turismo. El criterio pragmático adoptado para definir la cercanía de una actividad económica con el turismo se basa en el peso del turismo en cada actividad/ industria. Son definidas como relacionadas con el turismo las industrias que dejarían de existir en forma notable o cuyo nivel de ingreso/ ganancia reduciría en forma significativa en la ausencia de visitantes de fuera de la localidad o región (y para los cuales se puede obtener información estadística).

Existen dudas sobre la mejor manera de analizar las relaciones inter-industriales en el turismo.²⁵ Algunos autores sugieren que un análisis basado en los encadenamientos del sector de turismo con el resto de la economía debe partir del lado de la oferta, examinar la intensidad de las relaciones intersectoriales para adelante y para tras entre el sector de turismo y las industrias que no pertenecen al turismo, y con el resto de la economía (Cai, Leung and Mak 2005). De esta manera se distingue el análisis de los encadenamientos del análisis de los impactos del turismo sobre la economía, que parte de la demanda final de los turistas en el

²⁴ El instrumento utilizado para medir relaciones inter-industriales es la matriz de insumo-producto. En general, son pocos los países que disponen de datos sobre matrices de insumo-producto actualizadas y con un nivel de desagregación que permita un análisis adecuado.

²⁵ Cole (2007) sugiere que para aprehender las interacciones entre las entidades y regiones más pequeñas y las más grandes, que son requeridos por estudios de turismo, los métodos cuantitativos de la ciencia regional podrían ser útiles, una vez que la dimensión espacial del turismo es muy importante.

lugar de destino, y mide la importancia relativa del sector de turismo como demandante de bienes y servicios.²⁶

Otros autores señalan que se debería estimar los gastos de turismo y desagregarlos según sus diversas áreas funcionales (alojamiento, alimentación y bebidas, compras, transporte, excursiones, etc.). Para estimar la distribución de este “valor” a lo largo de la cadena de valor existen problemas metodológicos y empíricos, principalmente dada la elevada fragmentación de los prestadores de servicios de turismo, con empresas de distintos tamaños y productos, incluyendo transporte, atracciones turísticas, alojamiento, alimentos y bebidas, y recuerdos. Por ejemplo, Ashley and Mitchell (2007) mencionan que la definición de **gastos** difiere entre los estudios de cadenas de valor. Gran parte de los estudios se limitan a los gastos en el lugar de destino y no a todos los gastos en la cadena como un todo.²⁷

Asimismo, la metodología de cadenas de valor debe sufrir adaptaciones para atender a las necesidades amplias de las investigaciones sobre un turismo sostenible. Por ejemplo, en ODI (Instituto de Desarrollo en el Extranjero por su sigla en inglés), analistas interesados en el turismo como instrumento para reducir la pobreza alertan para la importancia de los efectos dinámicos en la economía local y en la economía regional. Los análisis de cadena de valor realizados por ODI incluyeron un acercamiento al desarrollo económico local para construir un instrumento de diagnóstico para las actividades de turismo.²⁸

Como ha sido mencionado anteriormente, cuando los encadenamientos con los demás sectores de la economía no pueden ser establecidos, se pierde una gran parte del potencial de desarrollo derivado del turismo. Las fugas pueden ser definidas como una pérdida de divisas u otros costos no aparentes emanados del turismo. En la literatura de turismo, las fugas en la cadena de valor del turismo son definidas como los montos restados de los gastos turísticos por impuestos, lucros repatriados, salarios pagados fuera de la región y los bienes y servicios importados. Esas fugas incluyen dos componentes principales, que fueron definidos por la UNCTAD (Cernat y Gourdon 2007, pág. 8). Fugas internas son las pérdidas debidas a las actividades de turismo que se originan en el espacio económico del proveedor de servicios de turismo y que son pagadas y contabilizadas localmente. Corresponden a lo que se considera “coeficiente de importación” del turismo o la proporción de bienes y servicios importados

²⁶ Gollub, Hosier and Woo (2002) defienden el concepto de desarrollo basado en clusters regionales para reducir las fugas estimadas en la cadena de valor del turismo derivadas de la gran participación de empresas extranjeras en el suministro de bienes y servicios. No llega a ser un concepto pero constituye un marco útil que permite la construcción de estrategias sistemáticas e integradas.

²⁷ En la literatura de turismo predomina el foco estrecho de la “administración del turismo” que ofusca las relaciones entre el turismo y la agricultura, productos forestales, la minería, la protección medioambiental (Ashley and Mitchell 2007)

²⁸ Véase la página de ODI (<http://www.odi.org.uk/work/programmes/tourism/>).

necesarios para atender a los turistas. Fugas externas son los costos de oportunidades que se originan fuera del espacio del proveedor de los servicios de turismo y que no son contabilizados localmente. Pueden ser definidos como los gastos de turismo que se originan fuera del destino turístico y de las industrias domésticas relacionadas con el turismo. Incluyen los flujos financieros para fuera del país por concepto de las varias modalidades de IDE (marcas, franquicias, remesas de lucros, etc), servicios de la deuda para financiamiento de infraestructura y emprendimientos, pero también incluyen pagos a intermediarios externos por el sistema de reservas, cruceros u otras formas de transporte de propiedad extranjera y a los operadores turísticos.²⁹ Gollub y otros (2002) también sugieren que el daño a los recursos naturales y la sobreexplotación de los trabajadores locales componen los escapes del potencial de crecimiento de las actividades de turismo. Para evitar estos escapes, los autores proponen que las comunidades deben crear procesos que aumenten la capacidad de la economía regional y nacional de los países para construir y mejorar las cadenas de valor del turismo.

En el análisis de los encadenamientos derivados del consumo turístico, el caso más extremo es el llamado turismo de enclave en el cual las actividades para atender los turistas mantienen reducidos vínculos con la economía local, y la contribución a la economía nacional se pierde por la elevadas fugas de ingresos y oportunidades de empleo calificado. El turismo de enclave incluye resortes todo inclusivo, cruceros, parques temáticos entre otros, siendo los resortes los más característicos de formas de vida totalmente separados de la comunidad que lo rodea. Existen evidencias empíricas respaldando la tesis de que en los países en desarrollo, el turismo de enclave engloba actividades que son económicamente, socialmente, culturalmente y ambientalmente no-sostenibles.³⁰ En su revisión de la literatura, Aili, Jiaming and Min (2007) mencionan que los primeros estudios se concentraron en la descripción de los antecedentes y los determinantes del turismo de enclaves para, posteriormente volvieren hacia el estudio de los efectos e impactos de las actividades relacionadas. Investigaciones detalladas se hicieron desde la perspectiva de la estructura del empleo, propiedad de las estructuras turísticas, integración con las comunidades locales, etc. La conclusión es que es un tipo de turismo volcado hacia sí mismo. Elevadas fugas económicas se registran por medio de la importación de bienes y servicios, ya que la producción local no participa de la economía del

²⁹ Gollub y otros (2002, pág. 24) mencionan que en 1992, los operadores turísticos en Sudamérica recibieron entre 50 y 55 por ciento de los precios de reservación del turismo pre-organizado.

³⁰ Meyer (2006) realizó una revisión de la literatura sobre los vínculos entre las actividades de turismo y la economía local, con foco en la región caribeña, para contestar a las siguientes cuestiones: 1. Cuál es la relación entre encadenamientos, fugas y multiplicadores en el desarrollo del turismo; 2. Como pueden ser aumentados los encadenamientos? Cuáles son los obstáculos? Cuáles son los ejemplos prácticos de aplicar políticas y estrategias para vencer los obstáculos identificados?

enclave porque los productos locales no corresponden a los estándares de los turistas. Ingresos del turismo “huyen” de la economía local también, como ha sido mencionado por la remesa de divisas por distintos conceptos (royalties, lucros no re-invertidos, intereses, etc...).³¹ Además, existen evidencias empíricas de que estos enclaves están asociados con un bajo grado de diferenciación en los productos relacionados con el turismo.

En la República Dominicana, principalmente, en el área de Punta Cana este tipo de turismo de enclave empezó a ser desarrollado a partir de fines de 1970 por empresas transnacionales. En la ausencia de infraestructura pública adecuada, los resorts fueron construidos con sus propios sistemas de generación de energía, tratamiento de agua, saneamiento, etc. Las empresas construyeron sus propias carreteras para conectar con el aeropuerto más cercano (parcialmente financiado por el primer grupo que empezó el sistema del “todo incluido”, el grupo francés del Club Med) (UNCTAD 2007, pág. 60, recuadro III.5).³²

Al turismo de enclave que caracteriza parte de la explotación de los recursos naturales de los países en desarrollo, y en especial los países del Caribe, se contrapone el concepto de turismo sostenible.³³ En los años noventa los analistas empezaron a construir el concepto de un desarrollo basado en un turismo sostenible: un turismo que puede garantizar su propia sostenibilidad porque no degrada o altera el ambiente humano y físico en el cual existe hasta el grado de impedir el avance de otras actividades y procesos y de impactar negativamente el bienestar de las poblaciones (Gilmore 2008, pág. 11).

La OMT define turismo sostenible como un desarrollo que llena las necesidades de los turistas y de las regiones de destino en el presente, mientras protege y mejora las oportunidades para el futuro. Está concebido como un desarrollo que orienta la administración de los recursos turísticos de manera a satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas de los turistas mientras que contribuye a mantener la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte vitales.³⁴

En ese trabajo no se pretende hacer un análisis cuantitativo de los encadenamientos de las actividades del turismo, por razón de la complejidad que ese análisis implica y dada la

³¹ Andergassen and Candela (2009) desarrollaron un modelo teórico que muestra que para la empresa multinacional una estrategia de subvencionar la producción local nunca será óptima. Al contrario, la empresa tiene incentivos para controlar la variedad de bienes y adoptar una estrategia de dominación.

³² Battilani (2002): documentó la posición de monopolio en las tierras potencialmente usables que Karim Aga Khan IV detuvo en el turismo de Costa Esmeralda en la Sardegna, Italia, con el control del desarrollo de la región (mencionado en Andergassen and Candela 2009: 3).

³³ Cernat and Gourdon (2007) mencionan que en 1999, una bibliografía anotada de la OMT listó más de 100 libros e 250 artículos acerca del turismo sostenible.

³⁴ El concepto ha sido criticado por ser apenas retórico sin ofrecer soluciones prácticas y tangibles para las implicaciones negativas asociadas con el turismo.

ausencia de información estadística suficientemente desagregada. En realidad, algunos países de América Latina están en el proceso de construcción de sus Cuentas Satélites del Turismo, entre los cuales se encuentran Brasil y México.³⁵ La construcción de la Cuenta Satélite del Turismo, según la metodología propuesta por el grupo inter-agencial de las Naciones Unidas, y otras agencias especializadas como la OMT, va permitir establecer el producto interno generado por el turismo, y su evaluación en cuanto generador de empleo, ingreso, valor agregado, ingreso fiscal así como los beneficios directos e indirectos.

3. LOS ENCADENAMIENTOS Y LAS COMPLEMENTARIEDADES DEL TURISMO EN BRASIL Y MÉXICO. LA IMPORTANCIA DEL MERCADO INTERNO

Brasil y México constituyen dos experiencias de turismo contrastantes en países de grande porte. México ha logrado situarse entre los principales destinos del turismo mundial, mientras que hasta recientemente, en Brasil no se consideraba el turismo una actividad económica significante. En virtud de la proximidad con los Estados Unidos, México ha empezado muy temprano -desde los años veinte del siglo pasado- a mirar al turismo como un motor para la economía, definiendo políticas, creando órganos responsables y la infraestructura necesaria a partir de 1940. Sin embargo, las políticas de desarrollo del turismo internacional en México tuvieron efectos negativos sobre el territorio, los recursos naturales y la población local (Altés, Gomes-Lorenzo and Caunedo 2006).

En 2008, México registró la llegada de 22,6 millones de visitantes internacionales, según la clasificación internacionalmente aceptada, pero recibió un total de 91,4 millones de viajeros internacionales, que gastaron más de 13 mil millones de dólares en el país. El flujo de viajeros fronterizos, principalmente desde los Estados Unidos, corresponde a 78 por ciento del total de viajeros internacionales que llegan anualmente a México, pero solamente a 24 por ciento de los gastos en divisas extranjeras. Además, el caribe mexicano se tornó el destino más importante para cruceros internacionales. En 2008, México recibió 6,4 millones de pasajeros de cruceros (véase el Gráfico 3).³⁶

³⁵ Entre los países de América Latina que están en distintos estadios de desarrollo de sus CST se mencionan: Argentina, Chile, Colombia, México, Uruguay, los países centroamericanos y los países andinos en esfuerzo conjunto apoyados por la CEPAL.

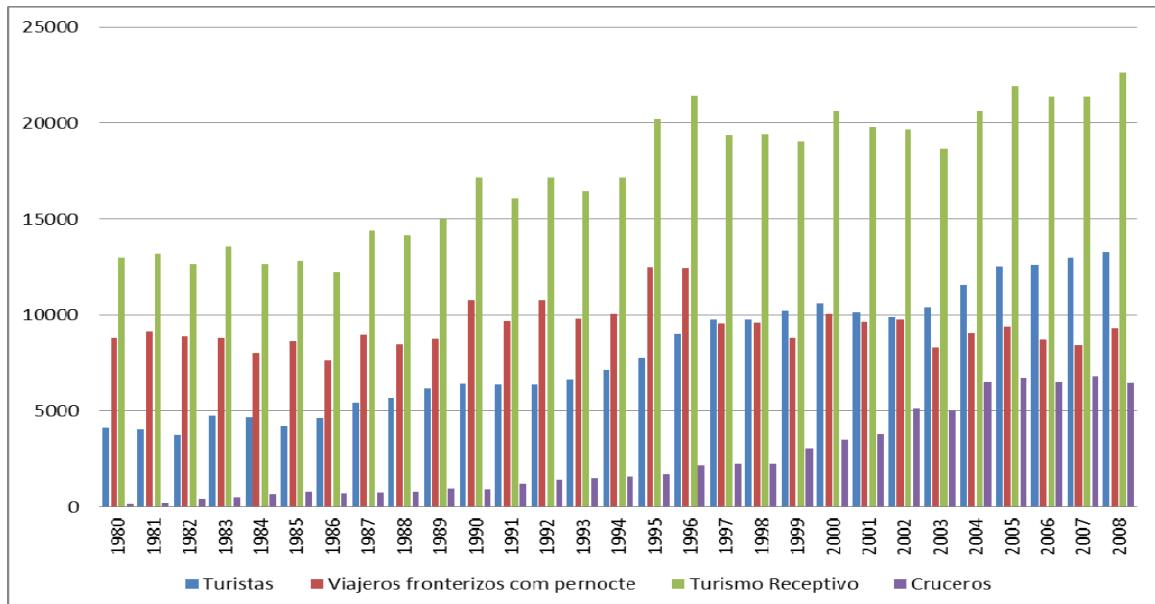
³⁶ México es el primer destino de cruceros a nivel mundial, recibiendo más de 3 mil navíos por año, con una cuota del 60 por ciento del mercado del 60 (Altés, Gomes-Lorenzo and Caunedo 2006).

Por otra parte, los datos del turismo receptor brasileño muestran las dificultades del país para insertarse en el comercio internacional de servicios de turismo. Si bien hubo un aumento continuo, a lo largo de las últimas décadas, la tasa de crecimiento estuvo siempre por debajo del promedio mundial. En 1970, poco más de 249 mil turistas extranjeros llegaron al país, una cifra que en México había sido alcanzada en 1939. Solamente al final de la década de setenta, los visitantes internacionales en Brasil alcanzaron un millón.³⁷ El turismo receptor creció a partir de la restauración de la democracia a mediados de los 1980, pero con altibajos, principalmente en la ausencia de un conjunto de políticas coherentes e integradas, que solo recientemente empezaron a ser definidas y ejecutadas. Sin embargo, en 2009 Brasil recibió el mismo número de turistas (4,8 millones) que ya se había registrado en 1998, con una reducción del 4 por ciento en relación con 2008, una tasa similar a la reducción en los flujos globales del turismo (véase el Gráfico 4).

Un cuarto del turismo receptor de Brasil proviene de Argentina, a los que se suman otros 12 por ciento provenientes de Uruguay, Chile y Paraguay. Es decir, que el turismo internacional en Brasil se mantiene dentro de los límites del Mercosur, una tendencia conforme a los padrones internacionales, una vez que en el turismo internacional predominan los flujos intra-regionales y fronterizos. Como consecuencia del bajo dinamismo del turismo internacional, entre 2005 y 2008, la participación del país en las llegadas de viajeros internacionales bajó de 0,67 a 0,55 por ciento. Lo mismo se puede decir en relación con la participación de Brasil en las llegadas de viajeros internacionales en los destinos de América del Sur, que bajó de 29,5 a 24,3 por ciento en el mismo periodo. Empero, en términos del ingreso en divisas, la situación es distinta: la participación de Brasil en el total mundial aumenta de 0,57 a 0,61 por ciento, y en el total de Sudamérica, hay una reducción del 31 hacia un 30 por ciento, evidenciando gastos promedio más elevados en Brasil (OMT/ MT-Brasil).

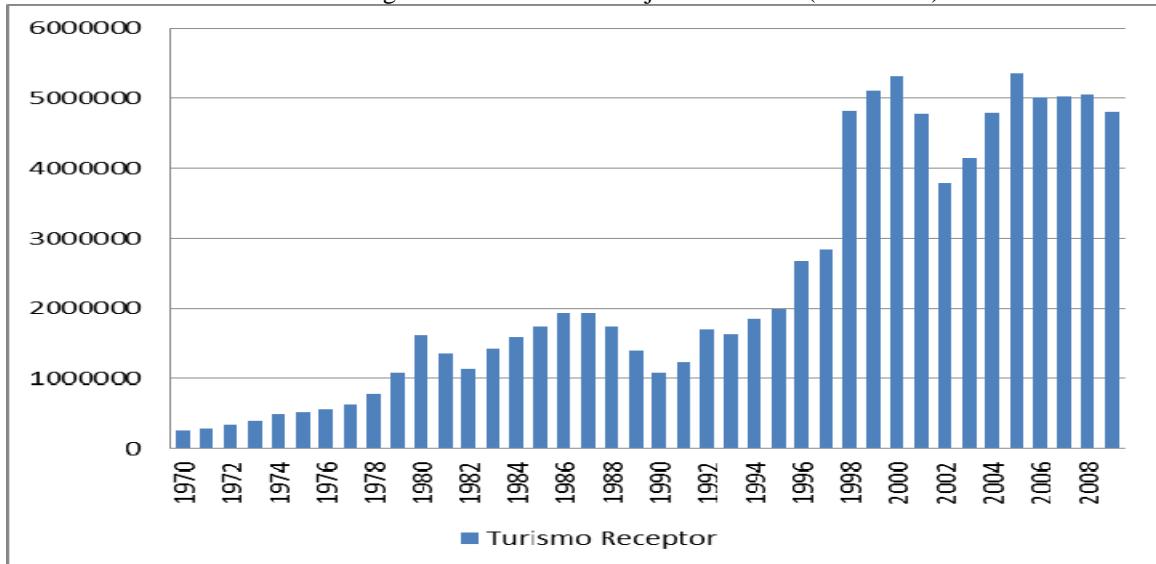
³⁷ Las condiciones políticas del periodo con los abusos cometidos por la dictadura militar contra los derechos humanos no contribuían a difundir una imagen positiva del país.

Gráfico 3-Llegada de visitantes extranjeros en México 1980-2008



Fuente: INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) 2010, *Estadísticas Históricas de México*, Colección Memoria, Tomo II, capítulo 14, cuadro 14.2

Gráfico 4 - Llegada de visitantes extranjeros en Brasil (1970-2009)



Fuente: Ministerio de Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo 2010, Anuário Estatístico de Turismo 2010. Volumen 37, año base 2009, disponible en http://www.copa2014.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/anuario/downloads_anuario/anuario_estatistico_2010.pdf.

Hasta la década de 1990, entre las razones para el bajo ingreso de turistas internacionales en Brasil, además de las desventajas naturales por encontrarse el país distante de los grandes centros emisores, se mencionaban la inadecuada infraestructura de servicios hoteleros de

calidad, precios elevados de las tarifas aéreas en las líneas domésticas, y baja inversión en la divulgación sistemática del país en el exterior.³⁸

Cabe notar que, aunque permanezca entre los 10 destinos turísticos más importantes del mundo (por el concepto de llegada de viajeros), el turismo receptor en México ha perdido el dinamismo que le caracterizaba en las décadas de 1970 y 1980. Entre 1990 y 2000, el turismo receptor mexicano creció a 1,9 por ciento (inferior al crecimiento del turismo global) pasando de 17,2 a 20,6 millones de turistas, con una tasa negativa entre 2000 y 2004, volviendo a crecer a partir de 2005, para sufrir moderadamente las consecuencias de la crisis financiera de 2008-2009.³⁹ Además, un 41 por ciento de los viajeros internacionales se incluyen en la categoría “visitantes fronterizos con pernoche” y 59 por ciento a la categoría de turistas.⁴⁰ Entre 1980 y 1996, los “visitantes fronterizos con pernoche” fueron superiores a los turistas, con una reducción significativa de los primeros, a partir de 1997, como se verifica en el gráfico 5). La diferencia en los gastos de las dos categorías es muy elevada, porque los visitantes fronterizos tienen un bajo consumo promedio. Mientras en 1980, los visitantes fronterizos con pernoche correspondieron al doble de los turistas (8,8 millones de visitantes fronterizos con pernoche ante 4,1 millones de turistas) sus gastos (394 miles de dólares) representaron poco más del 20 por ciento de los gastos de turistas (1.7 miles millones de dólares). En 2008, esa proporción bajó a menos de un 7 por ciento. En realidad, para las estadísticas mexicanas, el turismo receptivo excluye los visitantes fronterizos, con pernoche o sin pernoche (INEGI 2010, cuadros 14.1, 14.2 y 14.6).

México mantiene un saldo positivo significativo en la cuenta de viajes de la Balanza de Pagos, mientras que en Brasil, la cuenta de viajes ha sido sistemáticamente negativa, con excepción de los años 2002 y 2003, en los cuales por razón del bajo crecimiento de la economía, y una tasa de cambio desfavorable a las importaciones, el turismo emisor fue inferior al turismo receptor. Entre 1998 y 2008, en Brasil, los ingresos derivados del turismo receptor aumentaron de 1,6 a 5,8 mil millones de dólares. Sin embargo, a pesar del aumento de los gastos de los visitantes internacionales, en los últimos años, los turistas brasileños en el exterior han gastado mucho más, como resultado del crecimiento de la economía brasileña y la revaluación de la moneda nacional (Real), lo que ha generado un déficit en la cuenta de viajes superior al total de ingresos aportados por los turistas internacionales. Es decir, entre

³⁸ Saab (1999, pág. 291) menciona que en 1999 de los 20 mil establecimientos de hospedaje en Brasil solamente 4.660 eran reconocidos como presentando condiciones satisfactorias de hospedaje.

³⁹ Véase la página http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/ITA_Americas.pdf.

⁴⁰ Por las clasificaciones de las Naciones Unidas, turista es un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

2008 y 2009, los turistas brasileños en el exterior gastaron dos veces el total de los ingresos provenientes del turismo receptor. Por lo contrario, entre 2005 y 2009, el saldo de la cuenta de viajes en México ha sido superior a los 4 mil millones de dólares (datos del INEGI para México y del Ministerio de Turismo para Brasil).

Resta destacar que, para países con un gran mercado interno, como Brasil y México, es el turismo interno y los visitantes nacionales, que constituyen el verdadero motor de crecimiento de las industrias de bienes y servicios que gravitan en torno de las actividades de turismo. En México, el turismo interno es responsable por más del 80 por ciento del consumo turístico (INEGI 2009, p. 36 y pp. 338-347). En los Estados Unidos, que recibió 58 millones de visitantes internacionales, el turismo interno corresponde a casi un 88 por ciento del turismo interior. Asimismo, en España, que es el tercer destino por llegada de visitantes (más de 57 millones), el turismo interno corresponde a cerca del 73 por ciento del turismo interior. Como proponen Ejgelaar et alia (2008), es curioso que los estudios sobre turismo se concentren en el turismo internacional, dada la magnitud del turismo interno, y su importancia para las actividades económicas de las industrias asociadas al turismo.

En Brasil, como en México, las actividades del turismo tienen un peso significativo para la economía y el empleo, si bien no existen aún informaciones estadísticas completas y comparables, a pesar de los esfuerzos desprendidos por las oficinas de estadísticas de ambos países para la construcción de las cuentas satélites de turismo

Según las informaciones del IBGE (Instituto Brasileño de Estadística y Geografía), la producción de los sectores directamente asociados con el turismo correspondió a 3,7 por ciento del PIB de Brasil, en valores constantes, entre 2004 y 2006.⁴¹ Estimaciones anteriores, para el ingreso generado por el turismo, con una metodología distinta de lo que fue establecido para las cuentas satélites del turismo, mostraron un crecimiento positivo del PIB turístico entre 1980 y 1990, y a tasas superiores a las de la economía nacional, resultando en un aumento de su participación desde menos de 3 por ciento del PIB en 1980 hasta más del 9 por ciento en 1990. Entre 1991 y 1992, esa evolución positiva sufrió una discontinuidad, bajando a un 7 por ciento, volviendo a crecer después de las políticas anti-inflacionarias y de la estabilidad monetaria, alcanzando un 8 por ciento en 1995 (Saab 1999, pág. 288). Ese

⁴¹ El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por su sigla en inglés), un organismo de las empresas privadas asociadas con el turismo, estimó que, para 2010, las industrias directamente relacionadas con viajes y el turismo deberán generar cerca de 45 mil millones de dólares, correspondiendo a 2,4 por ciento del PIB brasileño, y 2,209 millones de empleos, que equivalen a 2,3 por ciento del empleo total. Adoptando un factor multiplicador de 1,4 en la economía, la WTTC estima que la suma total de los ingresos directos e indirectos derivados del turismo alcanzaría 110 mil millones de dólares, equivalente a casi un 6 por ciento del PIB, y un total de 5,3 millones de empleos directos e indirectos (WTTC 2010).

crecimiento del peso relativo de las actividades relacionadas con el turismo se debió al incremento del turismo interno. En la realidad, entre 1980 y 1990, se observa una correlación negativa entre el crecimiento del PIB turístico y el ingreso de visitantes extranjeros.

En Brasil predominan capitales nacionales en la mayor parte de los segmentos de la cadena productiva turística. Por ejemplo, en el sector de hotelería, solamente a partir de 1970 empiezan a operar en el país hoteles de cadenas internacionales: la primera cadena internacional a operar en Brasil fue la Hilton International Corporation (1971, São Paulo) seguidas de Holiday Inn (Campinas 1974), Sheraton (Rio de Janeiro 1974) e Intercontinental (Rio de Janeiro 1974). En 1975 fueron inaugurados un hotel de la cadena Méridien (Rio de Janeiro) y el Club Med (Itaparica), con su sistema todo incluido, y en 1977, el Novotel (São Paulo). El interés de las grandes cadenas internacionales, como en general, en la inversión directa extranjera en Brasil, se vincula al gran mercado interno brasileño.

La Cuenta Satélite de Turismo de México, preparada por el INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) estimó que la participación promedio del valor agregado bruto turístico en la serie de 2003 a 2007, respecto al total del país era de 8,4 por ciento, con una tasa de crecimiento anual para el periodo de 3,6 por ciento, similar al de la economía total que fue de 3,9 por ciento.⁴² En 2007, la proporción de la cadena de servicios en el PIB mexicano (medido por el valor agregado bruto) fue de 8.7 por ciento.

A pesar de en principio, ambos institutos de estadísticas, de Brasil y México, siguieren las mismas directivas para cuentas satélites de las Naciones Unidas, los resultados en cuanto a la composición del producto turístico son muy disimilares. En 2007, el PIB turístico, medido por el valor agregado bruto, fue de 725,7 miles de millones de pesos mexicanos, divididos en 10 por ciento de bienes (artesanías y otros bienes), y 90 por ciento servicios.⁴³ Los servicios de alojamiento correspondieron a 14,1 por ciento del total de los servicios de turismo, mientras que el conjunto de los transportes representó 29,5 por ciento. Los servicios de alimentación fueron equivalentes a 11,6 por ciento. Otros servicios (agencias de viajes, guías turísticos, servicios de esparcimiento, tour operadores, servicios de organización de convenciones, etc.) correspondieron a 41 por ciento del valor agregado bruto de los servicios de turismo.

En Brasil, desde 2003, el IPEA (Instituto de Investigación Económica aplicada), instituto de investigación y apoyo a la planificación de largo plazo, hoy un órgano vinculado a la Secretaría de Asuntos Estratégicos, trabaja en la construcción de un Sistema Integrado de

⁴² Véase el documento en la página web de INEGI (<http://www.inegi.gov.mx>).

⁴³ Las estadísticas de Brasil solo incluyen servicios.

Informaciones sobre el Mercado Laboral en el Turismo (Simt), para suministrar informaciones para la formulación de políticas públicas para el turismo. Utilizando datos que cubren solamente los empleos del sector formal correspondientes al final de diciembre de 2004, los investigadores encontraron que solamente 712 mil trabajadores (2,93 por ciento) entre los 24,3 millones de personas empleadas en el sector formal ejercían actividades directamente vinculadas con el turismo. (Árias y Zamboni 2007; Árias y Barbosa 2007).

Según las informaciones del IBGE, en 2006, los servicios de turismo emplearan cerca de 5,7 millones de personas, un total que correspondió a 10,1 por ciento del total de personas ocupadas en el sector de servicios y 6,1 por ciento del total de personas ocupadas en toda la economía. La composición del empleo en servicios turísticos sigue de cerca la composición en valor. Del total empleado en servicios turísticos, 50,1 por ciento se encuentran en los servicios de alimentación, 18,9 por ciento están empleados en los servicios de transporte terrestre, 17,7 por ciento en actividades recreativas, culturales y deportivas y solamente 6,2 por ciento en los servicios de hotelería.

En 2007, en México, el número de ocupaciones remuneradas en la producción de bienes y servicios turísticos fue igual a 2,5 millones. Es decir, la proporción de personas ocupadas en actividades directa o indirectamente relacionadas con el turismo fue de 6,8 por ciento del total del país. Al interior de las ocupaciones en los servicios de turismo, la mayor proporción corresponde a los restaurantes, bares y centros nocturnos, con el 36,4 por ciento, le siguen en orden de importancia el transporte de pasajeros, con el 18,3 por ciento, las manufacturas (artesanías y otros bienes turísticos) que lo hicieron con 11,8 por ciento, el alojamiento con el 7,8 por ciento, el comercio con 6,4 por ciento y 19,3 por ciento fueron contribuidos por diversos servicios.

4. CONSIDERACIONES FINALES

El turismo es un complejo de actividades interrelacionadas que son organizadas para satisfacer las necesidades de viajeros nacionales e internacionales, los cuales dejan sus entornos habituales por razones de ocio, diversión, negocios, salud, educación u otras. Con más intensidad que en otras industrias, el turismo implica en encadenamientos dinámicos entre diferentes sectores que suministran bienes y servicios a consumidores exigentes. Desde el momento en que una persona decide viajar hasta el regreso a su residencia, una gran red de agentes económicos va a estar conectada para le proporciona la realización de sus planes:

agentes de viajes, operadores turísticos, transportes aéreos, terrestres, marítimos y fluviales, hoteles, restaurantes, guías turísticos, artistas, guías de museos, entre otros. Es así que la identificación de los encadenamientos es fundamental para definir los límites, las fronteras de la propia “industria”.

Desde fines de 1990, agencias multilaterales de cooperación coordinadas por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas, y la Organización Mundial de Turismo están enfrentando la tarea de definir una metodología adecuada para que los agentes públicos y privados involucrados con turismo puedan llegar a dimensionar el tamaño y el alcance de las actividades de turismo. El trabajo de orientar los gobiernos en la construcción de las cuentas satélites del turismo en sus países implica en definir con más rigor las fronteras del “sector” o “industria” del turismo. Para ello, la literatura que emergió de los centros de formación de especialistas de turismo, trabaja con encadenamientos, entre otras metodologías para identificar las industrias que más dependen del turismo y las que están asociadas por relaciones indirectas o inducidas.

Por otro lado, la literatura de turismo se preocupa con los encadenamientos que se establecen entre empresas productoras de bienes y servicios, así como también con los escapes de los ingresos derivados de los gastos de los viajeros para fuera de la región y del país, para captar los impactos netos del turismo sobre el crecimiento y el desarrollo. Se estima que por ausencia de empresas de producción de bienes y servicios demandados por turistas se pueden registrar escapes, ya sea por importaciones elevadas, por remesas de ganancias por las empresas de capital extranjero, o por una división desigual de los beneficios a lo largo de la cadena de valor del turismo.

México construyó uno de los destinos más apreciados por los turistas internacionales. El turismo internacional aporta divisas al país, genera empleos y promueve el acceso de pequeñas y medianas empresas a las cadenas productivas del turismo en el país. El Estado mexicano asumió el rol de fomentar el turismo internacional y promover destinos turísticos específicos desde muy temprano, si bien que los esfuerzos para la construcción de la infraestructura necesaria para el desarrollo de destinos turísticos seleccionados empieza de forma sistemática después de 1968. Empero, el modelo de desarrollo escogido para el sector de turismo por el gobierno mexicano, al privilegiar la concentración en pocos destinos, promovidos de forma masiva, determinó una oferta muy concentrada y poco diferenciada, factores que determinaron una competencia por precio, que puede explicar la desaceleración del sector en las última década (Altés, Gomes-Lorenzo and Caunedo 2006).

Asimismo, en la creación de polos de desarrollo turístico como Acapulco, Puerto Vallarta y Cancún, no fueron contemplados los impactos ambientales y sociales, ni las necesidades de planificación e inversión fuera de los sitios turísticos, concebidos como enclaves turísticos.⁴⁴ Durante las décadas de promoción y fomento del turismo en México, el Estado fue efectivo en tornar México un destino importante para el turismo mundial. Sin embargo, el costo social y ambiental impuesto por la forma autoritaria y sin controles con la que el Estado mexicano pudo actuar fueron muy elevados. Tierras fueron expropiadas y los derechos de las poblaciones locales fueron arrollados.⁴⁵

Brasil es un caso aparte, porque el desarrollo del sector ha sido lento, sin atraer la atención del sector público federal y sub-nacional. El turismo en Brasil aún depende del mercado interno, y la cuenta de servicios de turismo es tradicionalmente deficitaria, excepto cuando las condiciones cambiarias hacen los viajes internacionales muy caros con relación al turismo interno. Las políticas públicas en turismo fueron descontinuas, pero desde 1994, los subsecuentes gobiernos brasileños empezaron a dar más importancia al sector. Desde 2003, el turismo adquirió rango ministerial, y pasó a ser instrumental en la construcción de un desarrollo con más inclusión social.

REFERENCIAS

- Aili, Liu, Liu Jiaming y Liu Min (2007), 'Progress in Enclave Tourism Study of Overseas: A Literature Review,' *Chinese Journal of Population, Resources and Environment*, Vol. 5, No. 3, pp. 76-81 , disponible en <<http://www.cjpre.cn/Res/EnMagazine/339.pdf0>> .
- Andergassen, Rainer y Guido Candela (2009), *Less Developed Countries, Tourism Investments and Local Economic Development*, disponible en <<http://www2.dse.unibo.it/wp/676.pdf>>.
- Ashley, Caroline and Jonathan Mitchell (2007, June), Assessing How Tourism Revenues Reach the Poor, Briefing Paper 21 en <<http://www.odi.org.uk/resources/download/46.pdf>> .
- Altés, Carmen, José Juan Gomes-Lorenzo y Julieta Caunedo (2006), "El Turismo Como Motor de Desarrollo", <http://www.foropoliticaspumaticas.org.mx/docs/Turismo%20Mexico.pdf> .
- Altés, Carmen, José Juan Gomes-Lorenzo y Julieta Caunedo (2006), "El Turismo Como Motor de Desarrollo", disponible en <<http://www.foropoliticaspumaticas.org.mx/docs/Turismo%20Mexico.pdf>> .
- Bardhan, Ashok, Jackie Begley, Cynthia A. Kroll y Nathan George (2008), "Global Tourism and Real Estate", trabajo preparado para la Sloan Industry Studies Conference, Boston, 2 de mayo, available at <<http://web.mit.edu/is08/pdf/kroll.pdf>> .

⁴⁴ Durante la construcción de Cancún, Cancún City también fue construida como una ciudad para los trabajadores en los servicios turísticos de Cancún, configurando un modelo clásico de turismo, en el cual el espacio de trabajo y residencia de los empleados estaría segregada del espacio de estacionamiento de los turistas (Clancy 2001, pág. 55).

⁴⁵ Véanse Ramiro Sáinz 1987, págs. 486-488; Clancy 2001, págs. 54-55.

Cai, Junning, PingSun Leung and James Mak (2005), Tourism' Forward and Backward Linkages, disponible en <http://www.economics.hawaii.edu/research/workingpapers/WP_05-16.pdf>.

Carner, Françoise (2001), Encadenamientos generador por el sector turismo (documento preparado para la Reunión de Expertos sobre el turismo en Centroamérica y el Caribe: una visión conceptual, CEPAL, México, DF, 11 de octubre), disponible en <<http://www.cepal.org>>.

Clancy, M. (2001). *Exporting Paradise. Tourism and Development in Mexico*. Kidlington, UK: Elsevier Science Ltd.

CEPAL (Comisión Económica para la América Latina y el Caribe) 2007, *Indicadores Económicos del Turismo*, disponible en <<http://www.eclac.cl/deype/cuaderno34/esp/>>.

CEPAL (2008), "Complejos Hotelero-Inmobiliarios Integrados: Inversiones y Estrategias Empresariales", capítulo III, *La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe 2008* (Santiago de Chile: CEPAL), pp. 109-149, disponible en <<http://www.cepal.org/publicaciones>> .

Cole, Sam (2007), 'The Regional Science of Tourism,' *Regional Analysis & Policy*, Vol. 37, No. 3, pp. 183-192, disponible en <<http://www.jrap-journal.org/pastvolumes/2000/v37/F37-3-1.pdf>> .

DIESA (Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas) (2010), *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, Statistics Division Studies in Methods Series M N. 83/ Rev.1 (document ST/ESA/STAT/SER.M/83/Rev.1), disponible en <http://unstats.un.org/unsd/tradeserv/tourism/08-40120%20IRTS%202008%20WEB%20final%20version%20_22%20February%202010.pdf> .

Ejgelaar, E., Paul Peeters y Pieter Piket. (2008). Domestic and international tourism in a globalized world, disponible en <http://www.tourism-master.nl/theses/Domestic_and_International_Tourism_in_a_Globalized_World.PDF>.

Gilmore, Angela (2008), *Small-Scale Tourism Development in Communist Cuba*, disponible en <<http://hdl.handle.net/10012/3664>>

Gollub, J., Amy Hosier y Grace Woo. (2002). Using cluster-based economic strategy to minimize tourism leakages. Disponible en <<http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/economia%20del%20turismo/desarrollo%20del%20turismo%20clusters%20OMT.pdf>>.

Hirschman, Albert O. (1958), *The Strategy of Economic Development*, New Haven, Connecticut, Yale University Press.

Mathieson, Alister. y. Geoffrey Wall (1982). *Tourism: Economic: Physical and social Impacts*. Essex: Longman House.

OMC (Organización Mundial del Comercio) (2009) *Estadísticas del Comercio Internacional 2009*, disponible en <http://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/its2009_s/its09_toc_s.htm>.

OMT (Organización Mundial del Turismo) 1999, *Resoluciones Conferencia Mundial Enzo Paci Sobre la Evaluación de la Incidencia Económica del Turismo*, Niza, Francia, 15-18 de junio, disponible en <http://www.unwto.org/statistics/nice/nice_sp.pdf> .

OMT (Organización Mundial del Turismo) (2009), *TSA Data Around the World. Worldwide Summary*, UNWTO Department of Statistics and Tourism Satellite Account (TSA), disponible en <http://www.unwto.org/statistics/bali/tsa_data.pdf>.

Porter, Michael 1990, *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, New York, New York.

Ramírez Sáiz, Juan Manuel. R. (1987), "Turismo y medio ambiente: El caso de Acapulco", *Estudios Demográficos y Urbanos*, 2(3), 479-512.

Saab, W. G. L. (1999). Considerações sobre o desenvolvimento do setor de turismo no Brasil. Disponible en:

<http://www.bnDES.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bnDES_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set1008.pdf> .

UNCTAD. (2007). FDI in Tourism: The development dimension. Available: <http://www.unctad.org/en/docs/iteia20075_en.pdf> .

Weisskoff, Richard and Edward Wolff 1977, “Linkages and leakages: industrial tracking in an enclave economy”, *Economic Development and Cultural Change*, vol. 25, n. 4, Julio, págs. 607-628.

AUTORA

Vivianne Ventura Dias, Ph. D.

LATN (Red Latinoamericana de Política Comercial – Latin American Trade Network)

Ayacucho 551, 1026 Buenos Aires - Argentina

diascordero@yahoo.com.br