

EL TURISMO UNA OPCIÓN PARA “APACIGUAR” LA POBREZA: MITOS Y REALIDADES

Esther Figueroa Hernández
Martha Marivel Mendoza Ontiveros
Lucila Godínez Montoya

Centro Universitario UAEM Texcoco,
Universidad Autónoma del Estado de México

Francisco Pérez Soto
División de Ciencias Económico-Administrativas,
Universidad Autónoma Chapíngo

Introducción

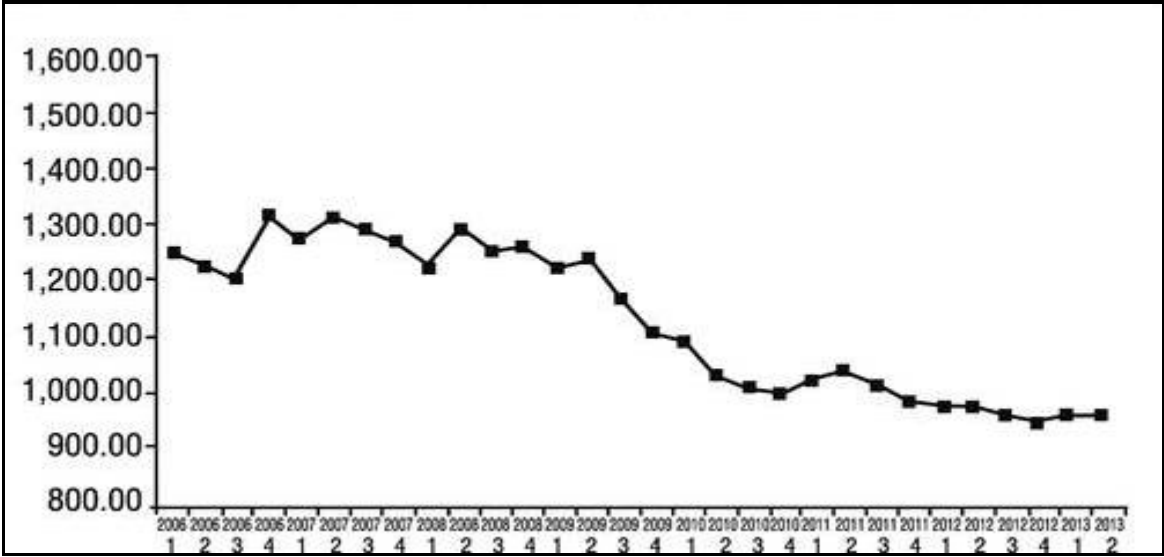
Según datos del Banco Mundial, el número de personas que subsiste con menos de US\$1.25 al día ha disminuido extraordinariamente en las tres últimas décadas, de la mitad de los ciudadanos del mundo en desarrollo en 1981 al 21.0% en 2010, a pesar de un aumento del 59.0% de la población en esa zona. Sin embargo, un nuevo análisis dado a conocer por el mismo Banco Mundial revela que aún hay 1,200 millones de personas que viven en la pobreza extrema, y pese a los avances impresionantes logrados en los últimos tiempos, en la actualidad hay más del doble de personas viviendo en situación de pobreza extrema en África al sur del Sahara (414 millones) de las que había hace tres décadas (205 millones). En consecuencia, mientras que los extremadamente pobres en África al sur del Sahara representaban tan solo el 11.0% del total mundial en 1981, ahora constituyen más de la tercera parte de los indigentes del mundo. A India le corresponde otro tercio (en comparación con el 22.0% en 1981), y le sigue China con el 13.0% (menor de 43.0% de 1981) (Banco Mundial, 2013).

Para el caso de México, el Consejo Nacional para la Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) afirma que uno de cada cinco mexicanos vive con hambre. Es un universo de 22 millones de personas, cantidad comparable a la población conjunta de Chihuahua, Jalisco, Guerrero y el Distrito Federal o a la de todos los habitantes del medio rural. Se trata de familias que, aun cuando hagan uso de todo su ingreso para la compra de comida, no pueden adquirir lo indispensable para tener una alimentación adecuada. México es la decimocuarta

economía del mundo, medida por su Producto Interno Bruto. Se ubica, en cambio, en la posición 81 si la valoración se realiza a partir del poder de compra de sus habitantes, de acuerdo con los indicadores de desarrollo mundial 2012, elaborados por el Banco Mundial. Sólo dos de cada diez mexicanos no son considerados pobres ni sujetos a alguna carencia relacionada con vivienda, educación, salud y acceso a la seguridad social. El resto, ocho de cada diez, se ubica en un amplio abanico que va desde la falta de alguno de los satisfactores básicos a, definitivamente, no disponer de los medios para alimentarse. El mismo reporte da cuenta de que 22 millones de mexicanos, que representan 19.4% de la población (o dos de cada diez), disponen de un ingreso inferior a la línea de bienestar mínimo. Lo que esa clasificación significa, según el propio CONEVAL, es que aun al hacer uso de todo su ingreso en la compra de alimentos no pueden adquirir lo indispensable para tener una alimentación adecuada (La Jornada, miércoles 20 de febrero de 2013).

Figura 1. Ingreso por trabajo per cápita de México, 2005-2012

(Pesos primer trimestre 2005 deflactado con precios de la canasta alimentaria)



Fuente: Periódico La Jornada miércoles 20 de febrero de 2013, pág. 2.

La figura 1 muestra la pérdida de capacidad de compra de los ingresos de 2006 al segundo trimestre de 2013, una vez que se descuenta la inflación de la canasta básica alimentaria. El poder de compra del ingreso en México, medido a partir de la

variación en el precio de los alimentos, disminuyó de manera pronunciada a partir de mediados de 2008 y, aunque se estabilizó durante 2011, todavía el año pasado no había retomado el nivel previo a la crisis de 2008-2009, de acuerdo con el CONEVAL. Debido a que los salarios en general se ajustan con la inflación promedio, cada vez que el crecimiento de los precios de los alimentos es mayor que la inflación, hay una pérdida importante del poder adquisitivo respecto a los alimentos, subraya. Esa es una de las razones coyunturales del aumento en el número de personas que no pueden adquirir lo indispensable para una alimentación adecuada (La Jornada, miércoles 20 de febrero de 2013).

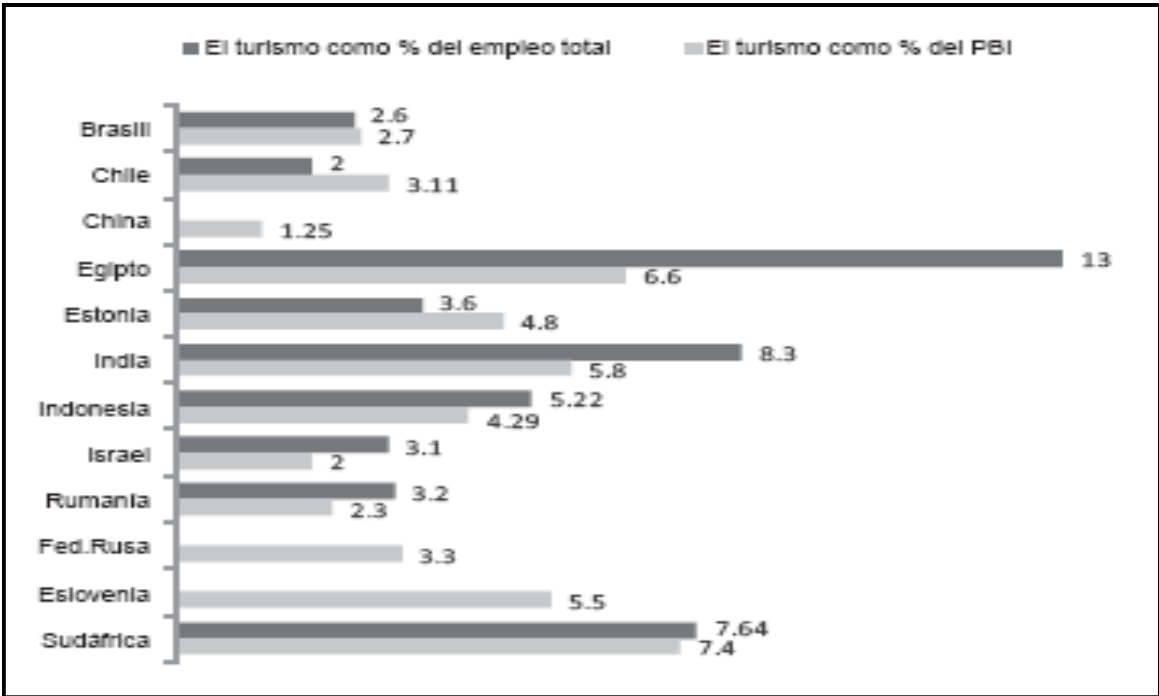
La pobreza se concentra principalmente en las zonas rurales, especialmente entre los pequeños agricultores y las familias sin tierra. Gran parte de la pobreza urbana es consecuencia de la privación y el declive económico en las zonas rurales, que generan una emigración desesperada a las ciudades. Por lo que, la lucha para reducir la pobreza debe comenzar en el campo. Además, debe comenzar con unas políticas y unos recursos que fomenten el crecimiento y un desarrollo rural de base amplia. Por ello, preocupa profundamente el hecho de que en los últimos diez años se haya producido una aguda disminución de los recursos (tanto nacionales como internacionales) destinados al desarrollo agrícola y rural en los países en desarrollo. Asimismo preocupa que el sistema comercial internacional no responda con suficiente rapidez a las necesidades de los países en desarrollo, que precisan unos mercados más abiertos a sus productos agrícolas, y límite de este modo una de las mejores oportunidades para reducir la pobreza rural (IFAD, 2002).

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

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

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

Figura 2. Turismo en países que no son miembros de la OCDE, mercados emergentes, 2009

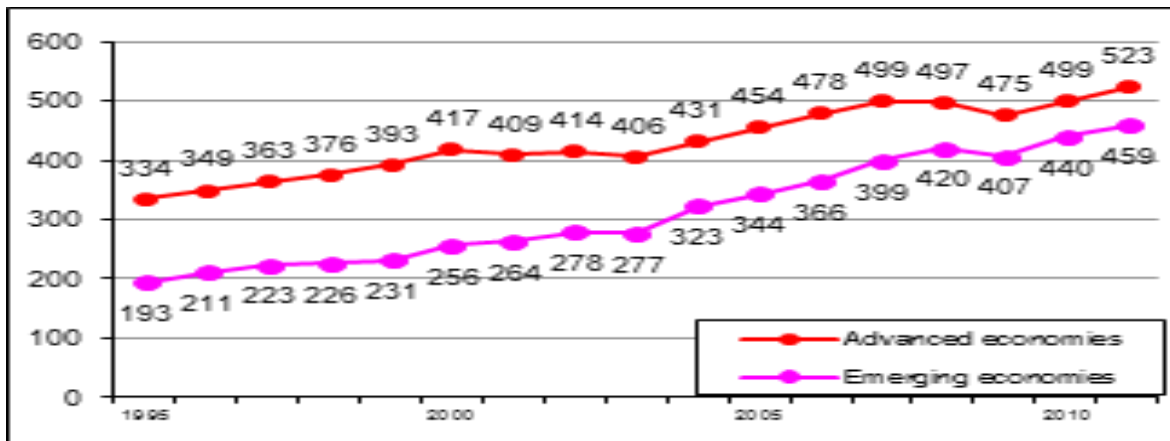


Fuente: OIT, Cambios y desafíos en el sector de la hotelería y el turismo, documento temático para el debate en el Foro de Diálogo Mundial sobre la Hotelería, la Restauración y el Turismo, Ginebra, 23-24 de noviembre de 2010, pág. 42.

En el año 2010, la economía global del sector representó más de 235 millones de puestos de trabajo, que equivale a aproximadamente al 8.0% del número total de puestos de trabajo (directos e indirectos), o uno de cada 12.3 puestos de trabajo. Se estimó que en el año 2010, los viajes y el turismo generaron aproximadamente

9.3% del PIB mundial, mientras que las inversiones turísticas se estimaron en 9.2% del total de las inversiones globales (OIT, 2011).

Figura 3. Comportamiento de turistas internacionales a economías emergentes y desarrolladas (Millones llegadas)



Fuente: <http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>

En 2011, las llegadas de turistas internacionales a mercados emergentes y países en desarrollo ascendieron a 459 millones (Figura 3). El turismo es la primera o segunda fuente de divisas para 20 de los 48 países menos avanzados en el mundo. En algunos países en desarrollo, especialmente los pequeños Estados insulares en desarrollo, el turismo puede aportar más del 25.0% del PIB.

El carácter del turismo

Hay muchas características del turismo como actividad económica que lo hacen especialmente interesante para los países de ingresos bajos y las comunidades desfavorecidas que en ellos habitan según la ONWTO (Adaptación del "Manual on Tourism and Poverty Alleviation, Practical Steps for Destinations." UNWTO and SNV 2010) entre ellas:

- **Toma como punto de partida activos particulares.** El turismo otorga un gran valor a algunos rasgos comunes de los países en desarrollo, como un

clima cálido, un rico patrimonio cultural, unos paisajes inspiradores y una abundante biodiversidad. Estos puntos fuertes pueden ser muy importantes en zonas rurales, que obtienen así una ventaja comparativa en el campo del turismo, mientras que en la mayor parte de los demás sectores económicos se encuentran en desventaja.

- **Es accesible a las personas desfavorecidas.** El turismo es un sector que emplea abundante mano de obra y se compone tradicionalmente de empresas pequeñas y microempresas. Muchas actividades turísticas se adaptan especialmente a las mujeres, a los jóvenes y a grupos desfavorecidos como poblaciones de minorías étnicas. Muchos puestos de trabajo en el sector turístico pueden estar al alcance de las personas desfavorecidas, ya que exigen relativamente pocas competencias y pequeña inversión. Algunos empleos incluso pueden ser de jornada parcial y servir para complementar los ingresos derivados de otras actividades.
- **Tiene diferentes ramificaciones.** Como el producto turístico está integrado por actividades e insumos muy diferentes y tiene una cadena de suministro grande y diversificado, el gasto de los turistas puede beneficiar a un amplio abanico de sectores, como la agricultura, la artesanía, el transporte y otros servicios. El gasto adicional de las personas cuyos ingresos proceden en parte del turismo expanden más aún los beneficios económicos (el efecto multiplicador).
- **Conecta a los consumidores con los productores.** El turismo, inusualmente, es una actividad que lleva a los consumidores hacia los productores. La interacción entre los turistas y las comunidades desfavorecidas puede aportar diversas ventajas prácticas e intangibles, que pueden ir desde un mayor conocimiento de los problemas y valores culturales, ambientales y económicos de ambas partes, hasta los beneficios mutuos derivados de una mayor inversión local en infraestructuras.

Sin embargo, la ONWTO también advierte que el turismo también presenta aspectos negativos como base de la atenuación de la pobreza, que requieren una atención particular. Los principales son:

- **La imprevisibilidad y fluctuaciones de la demanda.** El turismo es muy sensible a episodios económicos, ambientales y socioculturales que afectan al deseo de viajar de los turistas. En ausencia de seguridad social y sin la cobertura de un seguro privado, las personas sin recursos pueden ser especialmente vulnerables a las caídas repentinas de la demanda. Sin embargo, la demanda turística a menudo se recupera pronto cuando las circunstancias cambian.
- **La estacionalidad de la demanda, que puede concentrarse en temporadas.** Esta característica requiere una buena integración del turismo con otras actividades económicas que proporcionen una fuente de ingresos suficientes para sobrevivir todo el año.
- **El impacto en los recursos que sustentan la vida.** Entre ellos el agua, la tierra, los alimentos, las fuentes de energía y la biodiversidad. Su disponibilidad para las personas desfavorecidas puede verse amenazada por la competencia y la sobreexplotación del turismo. La degradación de bienes culturales y la ruptura de las estructuras sociales constituyen amenazas paralelas. Los problemas mundiales de agotamiento de los recursos y degradación ambiental pueden ser tan importantes como los locales, por ejemplo, el impacto del turismo a largo plazo en el cambio climático y el impacto de las medidas de adaptación y mitigación en los patrones de viaje.
- **Nexos débiles para los desfavorecidos.** La naturaleza de la inversión turística y la falta de compromiso de los desfavorecidos pueden hacer que una gran parte del gasto turístico se vaya fuera de los destinos pobres. Los ingresos que quedan pueden al final no llegar a los desfavorecidos, sino a las personas con más educación y a los segmentos más acomodados de la sociedad.

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

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

El turismo en los últimos años se ha caracterizado por dos tendencias principales: en primer lugar, la consolidación de destinos turísticos tradicionales como los de Europa Occidental y América del Norte; y en segundo, una pronunciada expansión geográfica. Se ha producido una diversificación sustancial de los destinos, y muchos países en desarrollo han registrado un incremento significativo de las llegadas de turistas. Las llegadas a los países en desarrollo fueron el 46% del total de llegadas internacionales en 2011. El turismo se ha convertido en un actor protagonista de la economía de los países en desarrollo (STEP-UNWTO, 2011).

El turismo como motor del desarrollo de México

En el año 2010, la SECTUR desarrolló una importante estrategia de diversificación de la oferta turística, por lo que se crearon las Rutas de México, se lanzó el

Programa del Mundo Maya, se llevó a cabo la Primera Feria Mundial de Turismo Cultural en noviembre del 2010. Como parte de la estrategia se fortaleció el programa de Pueblos Mágicos, que son ya 52. Resultado de los trabajos para diversificar los mercados emisores de turistas hacia México, se registró un crecimiento en el número de viajeros de 145 nacionalidades. Así, los rusos crecieron 57.6%; brasileños 45.8%; peruanos 40.0%; chinos 29.4%; colombianos 27.0%; chilenos y argentinos casi 14.0%; franceses 11.9%, ingleses 9.7% y canadienses 6.6% (SECTUR, 2011, citado en: Mercado y Palmerín, 2012).

Durante el primer semestre del 2011, México recibió 11.4 millones de turistas extranjeros, lo que representó un aumento de 3.3% en comparación con el mismo periodo del año anterior. Las autoridades turísticas de México buscan que el país sea el quinto destino de viaje más importante del mundo en 2018. Para lograr esto es necesario un mayor trabajo coordinado entre todos los actores de la industria del turismo en el país. En cuanto al turismo doméstico, de enero a julio se registró una movilización de 99.8 millones de turistas nacionales, es decir, 5.7% más que en igual lapso del 2010. De 2007 al 2011 el gobierno ha destinado recursos públicos por 13 mil 549 millones de pesos para fortalecer la oferta turística, cantidad superior en 190.0% a los recursos destinados en los cuatro años anteriores. La actividad turística contribuye con el 9.0% del Producto Interno Bruto, genera 7.5 millones de empleos y representa la tercera fuente de captación de divisas del país, producto del trabajo que diariamente realizan más de 43 mil empresas dedicadas a esta actividad. Cabe señalar que el turismo es una parte importante de la agenda de México, por lo que en 2011, como parte del plan estratégico, se decretó como el Año del Turismo en México (SECTUR, 2011 citado en: Mercado y Palmerín, 2012).

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

Consciente de la estrecha relación entre el turismo y el desarrollo económico local, se busca potenciar la contribución del turismo a la atenuación de la pobreza, la

Organización Mundial del Turismo (OMT) presentó en la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible, celebrada en Johannesburgo en 2002, la iniciativa ST-EP (Turismo Sostenible - Eliminación de la Pobreza). Los proyectos ST-EP se centran en una amplia gama de actividades, tales como la formación de guías locales y empleados de hoteles, la promoción de la participación de la población local en el desarrollo turístico en torno a sitios del patrimonio natural y cultural, el establecimiento de encadenamientos económicos entre los productores pobres y las empresas turísticas y el suministro de servicios empresariales y financieros a empresas turísticas pequeñas, medianas y comunitarias.

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

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

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

Mecanismo 3: Venta directa de bienes y servicios a los visitantes por los pobres (economía informal) En Djenné (Malí) el Programa STEP dio apoyo a un grupo de 64 artesanas para desarrollar nuevos métodos de producción y evitar los riesgos para la salud derivados de la quema de plásticos para fabricar productos de artesanía. Al mismo tiempo, las mujeres recibieron asesoramiento para mejorar el diseño y la calidad de los objetos de recuerdo y constituir una cooperativa para comercializar sus productos. Como resultado del proyecto, las mujeres han incrementado los beneficios que obtienen de la venta de artesanía en 30.0%.

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

los ingresos anuales totales para el conjunto de las familias de las comunidades se incrementarán en 100,000 dólares para 2013.

Mecanismo 5: Aranceles e impuestos sobre los ingresos o beneficios del turismo cuya recaudación se destine a beneficiar a los pobres. En Konso (Etiopía) el Gobierno había introducido previamente una tasa para los turistas que visitaran a las comunidades indígenas de la zona. El proyecto logró que el 70.0% de la recaudación fuera redistribuido entre las comunidades para proyectos de desarrollo de pequeña escala, como por ejemplo mejoras en las escuelas y construcción de servicios de saneamiento y pozos. Gracias a la organización de nuevas excursiones y a una activa promoción del potencial turístico del distrito, el número de visitantes en Konso creció rápidamente en dos años y los ingresos derivados de las tasas para proyectos de desarrollo de la comunidad pasaron de 7,000 dólares de los EE.UU., en 2007 a 26,500 dólares en 2009 (www.konsotourism.gov.et consultado julio de 2013).

Mecanismo 6: Donaciones y apoyo voluntarios de empresas turísticas y de los turistas. En Tanzania más de 30,000 turistas al año hacen excursiones organizadas por una de las 28 empresas que forman parte del Programa de Turismo Cultural del país (www.tanzaniaculturaltourism.com consultado julio 2013). Las excursiones varían desde visitas de medio día a una aldea rural hasta safaris en camello de una semana o marchas por las montañas. Siempre que es posible, los guías muestran a los turistas diversos proyectos sociales en las aldeas, por ejemplo proyectos de educación, salud e irrigación, que a veces han sido cofinanciados con el dinero generado por las excursiones. Al ver las actividades y los resultados de estos proyectos, los turistas y los operadores turísticos suelen aportar generosas donaciones, que permiten a las comunidades comprar más material educativo, medicamentos, equipos de irrigación, etc.; incluso a veces, los turistas siguen apoyando los proyectos al regresar a sus casas. Por ejemplo, la familia de un turista finlandés logró reunir 190,000 dólares de los EE.UU. para una escuela en Hanang (Tanzania Central) después de realizar una excursión por la zona. Además, los

turistas, cuando están satisfechos con las excursiones, dejan propinas sustanciales a los guías, a los proveedores de alojamiento y a los grupos de mujeres que ofrecen comidas y con ello a veces se llega casi a duplicar los ingresos mensuales.

Mecanismo 7: Inversión en infraestructura, estimulada por el turismo, que beneficie también a los pobres de la localidad, directamente o mediante el apoyo a otros sectores. En Ebogo (Camerún), la asociación comunitaria para el desarrollo de Ebogo (OCDE) contó con el apoyo del proyecto para ofrecer excursiones en canoa, marchas por el bosque, servicios de restauración y alojamiento a los turistas. Dado el potencial turístico de la zona, el Ministerio de Turismo logró movilizar fondos del Gobierno por un valor de 274,410 euros para la mejora de los ocho kilómetros de carretera de acceso a Ebogo y el suministro de agua y electricidad. Esta inversión fue esencial para ayudar a promover el crecimiento del turismo en Ebogo y, además, trajo beneficios para la población al proporcionar servicios básicos y rutas más rápidas de acceso a los mercados de las ciudades vecinas, donde venden el pescado y los productos agrícolas.

Estudios de caso para comunidades locales a nivel mundial

I. Paisajes tropicales y patrimonio cultural

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

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

II. La infraestructura de las telecomunicaciones beneficia a los pobres

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

A finales de los noventa, el Grameen Bank, una empresa de Bangladesh que da préstamos a microempresas, instaló la Grameen Telecommunications, una organización sin fines de lucro que proporciona servicios telefónicos de bajo costo para las zonas rurales. Con el dinero de un préstamo del Grameen Bank, los empresarios del pueblo compran teléfonos móviles que luego utilizan para vender servicios telefónicos a otros habitantes del pueblo mediante la llamada. El resultado: los empresarios de teléfonos móviles (95.0% de mujeres) obtienen ganancias, mientras que los habitantes del pueblo obtienen los beneficios de la comunicación

instantánea. Las ventajas incluyen la comunicación con miembros de la familia que se encuentran lejos, la facilitación de oportunidades de empleo, la disponibilidad de más opciones en las situaciones de emergencia, el acceso de los agricultores a la corroboración de precios en diferentes mercados antes de vender el producto, y finalmente la posibilidad de transferir fondos de manera rápida y sencilla (Véase http://www.asiasource.org/news/special_reports/yunus.cfm) (Butler, 2005).

III. Paquetes turísticos en el norte de Tanzania

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

Aproximadamente el 38.0% de los ingresos de un paquete vacacional que se vende en Europa para escalar el Monte Kilimanjaro (incluyendo los vuelos) se derivan a Tanzania. Cuando se incluye el gasto discrecional de un turista, la parte del gasto incurrido dentro del país del costo total del paquete se incrementa por encima del 41.0%. Doce por ciento del gasto total del turista (incluyendo el costo del paquete internacional y su gasto discrecional) es para el beneficio de los más necesitados. Al extrapolar el gasto promedio de un alpinista para escalar el Monte Kilimanjaro con un cálculo aproximado de 35,000 alpinistas anuales – el resultado es que el gasto total del turista dentro del país será inferior a US\$50 millones por año. Éste es un insumo económico significativo en un contexto rural. De este total, el 28.0%,

o un monto por encima de los US\$13 millones, se considera como un gasto en favor de los pobres.

Los beneficiarios directos principales de la cadena de valor para escalar el Monte Kilimanjaro son el personal de alpinistas (mayormente mujeres) - quienes reciben el 62.0% del gasto en beneficio de los pobres - así como el personal no administrativo de los alojamientos. Para algunas personas, el hecho de que Tanzania solamente esté captando cerca de la mitad de la cadena global de valor de los paquetes vacacionales que se venden en Europa, podría parecer una explotación. Para un lugar de destino muy lejano para el turista (donde los vuelos normalmente constituyen entre el 40.0 y 50.0% de los costos totales del paquete), esto es lo que se espera. Para un tanzanés, vender otro commodity de gran exportación, como el café, podría parecer un sueño. Cada dólar estadounidense que se gaste en Europa en un paquete vacacional a Tanzania, genera cerca de tres veces el impacto orientado a los pobres (11.0% para los safaris y 12.0% para las vacaciones a fin de escalar el Kilimanjaro, comparado con el 4.0% del café), y cinco veces el valor para Tanzania (41.0-53.0% comparado con 8.0%), en comparación con un dólar gastado en Europa en una bolsa de café de Tanzania (Jonathan Mitchell, Jodie Keane y Jenny Laidlaw: Making success work for the poor: Packaged tourism in Northern Tanzania Hacer que el éxito funcione para las personas de escasos recursos: Paquetes turísticos en el norte de Tanzania) (Arusha, ODI y SNV, 2009).

IV. Empresa de Turismo Cultural de Mulala, Arusha, Tanzania

Ocho mujeres del pueblo de Mulala en Tanzania se han unido para formar el Grupo de Mujeres Ágape, una cooperativa que funciona dentro del marco de las Empresa de Turismo Cultural de Mulala, una empresa establecida con el apoyo conjunto de la Junta de Turismo de Tanzania y la Organización Holandesa de Cooperación para el Desarrollo (SNV por sus siglas en inglés), con el objetivo de generar actividades turísticas en beneficio de las poblaciones locales, aliviar la pobreza y ofrecer una experiencia turística para complementar los safaris tradicionales. A su llegada, los turistas reciben un cálido recibimiento de las mujeres de Mulala, dirigidas por Mama

Anna Pallangyo (Jefa y Coordinadora de la Empresa de Turismo). Se les alienta a visitar la Reserva “Mt. Meru Forest” y hacer un recorrido programado para exhibir la elaboración local de quesos, la elaboración de productos lácteos, las actividades de jardinería y agricultura, la elaboración de pan, el cultivo o producción de café. El programa no sólo beneficia directamente a ocho familias del Grupo de Mujeres, sino que la comunidad entera de Mulala, compuesta por 2,500 personas – se ha beneficiado del mismo. Todos los turistas contribuyen al Fondo de Desarrollo del Pueblo, el cual se utiliza para mejorar la infraestructura de los colegios, el dispensario local y otros proyectos de desarrollo comunitario. Gracias a sus buenos contactos en el sector turismo, el Grupo de Mujeres Ágape también ha podido fortalecer sus vínculos comerciales con los hospedajes para turistas de la zona para suministrarles queso elaborado artesanalmente; el cual se ha convertido en otra fuente importante de ingresos para las personas que conforman el grupo de mujeres, así como para otros agricultores del pueblo, adonde el grupo de mujeres compra la leche para elaborar el queso (Arusha, ODI y SNV, 2009).

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

- Las emprendedoras locales, como Mama Anna, tomaron la iniciativa de encaminar este Programa de Turismo Cultural hacia el éxito.
- Se apoyó y alentó a las mujeres para que participaran en el proyecto desde su inicio; y
- Se dio a todas las participantes del proyecto capacitación en técnicas empresariales, fijación de precios, relaciones con los mercados y registros contables; y se aseguró que ellas dispusieran de la información necesaria para beneficiarse del turismo (Tomado de: OMT y ONU Mujeres: Informe mundial sobre las mujeres en el turismo, 2010: Resultados preliminares OMT, 2011, Madrid)

V. **Tres Hermanas Pioneras Nepalesas By Kristie Drucza**

En respuesta a la demanda de mujeres guías en un sector anteriormente dominado por los hombres en el Himalaya, las tres hermanas Chhetri fundaron la “Three Sisters Adventure and Trekking Company” (Compañía de Aventura y Trekking de

las Tres Hermanas) en el año 1994, para ofrecer a los turistas una alternativa de trekking compuesta sólo por mujeres. Cinco años después fundaron “Empowering Women Nepal” (EWN) (Empoderamiento de las Mujeres de Nepal) como una ONG. La compañía nepalesa capacita a las mujeres de la localidad como guías y porteadores, a la vez que les ofrece “formación de empoderamiento” para ayudarlas a enfrentar la discriminación. En esta sociedad profundamente patriarcal, las limitaciones para que las mujeres se movilicen hacen que la mayoría de las mujeres solteras se queden en sus casas, y que la mayoría de las mujeres casadas estén desempleadas. No obstante, durante la última década, la EWN ha capacitado y motivado a más de 800 mujeres nepalesas para que ingresen a la industria del turismo. Las hermanas actualmente dan empleo a 100 mujeres en su compañía de trekking, las cuales ganan un promedio de 120,000 rupias por año (US\$ 1,709) una vez que se convierten en guías.

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

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

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

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

Estudios de caso para México y América Latina

VI. Los Manantiales de Zacualpan y La Toma, en la ciudad de Colima

Estas son las únicas empresas turísticas rurales ubicadas y operadas por grupos indígenas. Las conclusiones del caso fueron: La infraestructura de las comunidades donde se practica el turismo rural suele ser antigua y que por lo general poseen atractivos turísticos naturales los cuales les brindan a los habitantes poder emprender en esta área turística adaptándolos para ofrecer productos y servicios de calidad. Se pudo conocer la percepción de los empresarios, respecto al impacto de la actividad turística en sus áreas de trabajo y en su comunidad. Así como los impactos positivos y negativos que el turismo ha provocado en su comunidad. La actividad turística ha impactado en diferentes formas a las comunidades y por ende a los empresarios que la practican. Los servicios básicos en las comunidades son carentes en la mayoría, pero se puede percatar que si son bien remunerados se puede acceder a mejores servicios y obtener nuevos beneficios gracias a la actividad turística (Zavala y Covarrubias, 2011).

VII. Ejemplo piloto en Colombia: “La Ruta de Eware”

La Ruta de Eware es un tour full-day exclusivo de nuestra empresa y un intercambio cultural donde el turista puede conocer en detalle cómo se vive en una comunidad indígena aislada de la civilización de Leticia Amazonas.

Itinerario: a) Navegación fluvial o Caminata en Sendero Ecológico, b) Llegada a la comunidad, c) Tour por la comunidad enseñándole al turista la elaboración de la faraña (Fuente de vida para los tikuna), d) Intercambio cultural con el ritual de la pelazón, e) Almuerzo típico, f) Baño en la quebrada, g) Sendero natural y explicación de la chagras, h) Regreso a Leticia.

Beneficios a la comunidad con este tour (<http://amazonasleticia.co/turismo-comunitario-leticia-amazonas-erradica-pobreza/>, consultado en octubre 2013)

- **Transporte a la comunidad:** Dependiendo la temporada, se realiza el transporte. Si es temporada de aguas altas el curaca nos recoge en un bote. este transporte tiene un precio y se le paga al correspondiente dueño de la embarcación fluvial.
- **Guía turístico de la comunidad:** Nuestra operadora de turismo proporciona un guía de la empresa para estar pendiente de toda la excursión y la comunidad proporciona un guía turístico para los recorridos, explicaciones y acompañamiento en su área. Este guía turístico se le paga su jornal por servicio cumplido, es rotativo y se contrata uno diferente cada excursión.
- **Cocinera:** Para los almuerzo se contrata una cocinera preparada de la comunidad la cual nos deleitara con la mejor gastronomía típica. A esta cocinera se le paga su jornal por servicio cumplido, es rotativo y se contrata una diferente cada excursión.
- **Bailes Típicos:** En la demostración de los bailes típicos, existe un grupo de danza típica que se apoya, se le aporta un presupuesto por su trabajo y al mismo tiempo incentivando pasar la cultura a las nuevas generaciones.
- **Artesanías:** Apoyamos a las familias productoras de artesanías nuestra operadora de turismo incentiva la compra por parte de los turistas.
- **Entrada a la comunidad:** Algunas comunidades tienen un fondo donde existe un precio fijo por entrada de turista que sirve para la financiación de diferentes proyectos.
- **Proveedores de alimentos:** Compramos a precios justos los alimentos necesarios y que estén disponibles por parte de los productores agrícolas de las comunidades para la realización del almuerzo en la comunidad.

Con este ejercicio básico se puede dar cuenta de cómo el turismo comunitario puede generar un desarrollo económico sostenible en cualquier comunidad. Lo más importante es que realmente la comunidad tenga alta participación y no una empresa proporcionando todo para ahorrar gastos sin ninguna garantía de desarrollo mutuo (Rojas, 2013).

Pro Poor Tourism (PPT)

Por lo expuesto con antelación se observa que el turismo ha ido ganando terreno como herramienta de cooperación internacional para el combate a la pobreza en los países del Sur. Así surgió la metodología de intervención de cooperación que mayor éxito ha tenido: Pro-Poor Tourism, desarrollada en los años 90 por los británicos, ha sido adoptada en los planes institucionales de las agencias como la OCDE, el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo y el PNUD, así como por organizaciones no gubernamentales.

El principal objetivo de Pro-Poor Tourism es el incremento de los ingresos de los sectores más desfavorecidos de la población, a través de tres ámbitos de actuación: el aumento de las oportunidades de trabajo asalariado, la creación de microempresas locales y la generación de ingresos comunitarios.

En este contexto en el 2003, la OMT dio inicio a su programa Sustainable Tourism – Eliminating Poverty (ST-EP) en el cual se unen los Objetivos del Milenio establecidos por la ONU en el 2000: la erradicación de la pobreza extrema y el hambre y la sostenibilidad del medio ambiente. Para lograr estos objetivos, la OMT considera que el mejor método es la liberalización del mercado de servicios turísticos en detrimento de cualquier medida proteccionista, pues aunque se favorezcan las empresas foráneas, en tales empresas trabajan pobres y ambos salen ganando (Gascón, 2011).

En Turismo y Eliminación de Pobreza se aceptó que el turismo es un sector orientado al consumidor y que sólo puede hacer una contribución significativa a eliminación de pobreza si existe un número suficiente de turistas o excursionistas suficientemente cerca de los beneficiarios de la ocupación, el comercio o la filantropía para beneficiar a un número significativo de personas económicamente pobres. Turistas y excursionistas aportan una demanda adicional a la economía local del destino que visitan y en el que pueden optar por pasar la noche: adquieren bienes y servicios. La compra local de bienes y servicios crea oportunidades económicas. Sin embargo, el desarrollo del turismo trae con frecuencia con ella la demanda de bienes y servicios que no se producen en la economía local. En 1998 se argumentó que estas fugas reducen los impactos del desarrollo turístico,

mientras que el desarrollo de vínculos con la economía local genera más ocupación y oportunidades para la creación de pequeñas y medianas empresas (pymes). Diferentes tipos de turismo (empresas, mercados y consumidores) generarán diferentes costes y beneficios en lugares concretos (Goodwin, 2013).

No obstante, las principales críticas al PPT se basan en el concepto de pobreza con el que se trabaja. ¿Qué es pobreza? Existen diferentes conceptos de pobreza. El más conocido –pero a la vez el más limitado- es el que vincula pobreza a escasez de ingresos. Su indicador clásico es el ingreso per cápita. Podemos iniciar el análisis de la pobreza a partir del enfoque del ingreso, dado que los ingresos bajos son frecuentemente causa inmediata de privaciones que generalmente se asocian a la pobreza, como el hambre individual o colectiva (Pinto Faria y Hidalgo Moratal, 2013).

Un enfoque alternativo lo propone Sen (2000) centrada en los medios o recursos para vivir para prestar atención a “cómo las personas viven”. Esta línea incluye el análisis dimensiones de privaciones cuya satisfacción se genera a través de acciones institucionales. Así, la oferta de servicios públicos en diversos ámbitos y el estudio de los grupos sociales excluidos de dichos servicios, junto a los motivos por los que se genera la exclusión (Pinto Faria y Hidalgo Moratal, 2013). Esta línea de investigación se refuerza posteriormente a través de diversos textos en los que se analiza el carácter multidimensional de la pobreza, la infelicidad y la exclusión social.

La óptica de la exclusión social muestra una variedad de problemas y privaciones que va más allá de bajos ingresos y que se retroalimentan en un círculo vicioso. La pobreza entonces es definida como un fenómeno multidimensional, incluyendo ingresos, pero también habilidades y capacidades de la población para manejar su propia vida, capacidad de adaptarse, tener acceso a servicios, participar en la vida social o comunitaria del grupo al que pertenece, o tener seguridad, entre otros.

La pobreza, de acuerdo con este pensamiento, es una privación de capacidades básicas, pues una persona pobre no fue capaz de alcanzar las oportunidades necesarias para desarrollar capacidades. Esta perspectiva de libertad de Amartya Sen presenta similitud a la preocupación común por la calidad de vida, pues el foco está en el modo de vida de las personas y no sólo en el nivel de ingresos¹⁶⁹.

Además, un proceso integrado de expansión de capacidades o libertades sustantivas interconectadas conduce a desarrollo humano, en el cual las libertades son los medios principales para alcanzarlo (Sen 2000).

Cañada y Gascon (2007) presentan otra alternativa criticando los “mitos” del turismo que sostienen las propuestas PPT. Consideran así los siguientes mitos: (1) el turismo es un gran generador de ocupación, olvidando su carácter de empleo inestable, temporal y de poca cualificación y remuneración; (2) impulsa siempre otras actividades productivas, como la construcción, ignorando que impacta negativamente en los sectores tradicionales como agricultura y pesca, y que la construcción es también una actividad con alto contenido de temporalidad y de especulación, que provoca ciclos con estancamientos; (3) incrementa los gastos del Estado en el destino, olvidando que éstos crecen en seguridad ciudadana y en algunos aspectos del bienestar comunitario, pero disminuyen los gastos sociales, sanitarios y de la vivienda que impactan más a los residentes; y (4), permite la modernización de las infraestructuras, pero siempre según prioridades turísticas y no buscando a un desarrollo endógeno y equilibrado con otras actividades.

Ante los señalamientos de que las ganancias generadas por el turismo en las poblaciones rurales que optan por el turismo son marginales y foráneos acaparen la mayor parte de los beneficios que genera la actividad, el PPT considera que si bien los beneficios del turismo que llegan a los sectores más pobres pueden parecer, a nivel “macro”, poco sustanciales, son significativos dentro de sus limitadas economías domésticas y pueden ser importantes para el desarrollo. Para este modelo lo importante es que los índices globales de pobreza disminuyan, sin importar el impacto sobre las diferencias socioeconómicas y la distribución de los beneficios (Gascón, 2011).

CONCLUSIONES

La actividad turística representa una parte complementaria en los ingresos de las comunidades locales lamentablemente en la mayoría de los casos no alcanzan a cubrir las necesidades básicas de cada uno de los integrantes del hogar, impactando así en la calidad de vida de estos empresarios. En este tenor hace falta

mayor evidencia empírica que demuestre o denoste al turismo como una actividad que puede paliar o mitigar la pobreza, principalmente en poblaciones rurales. Asimismo, Cañada y Gascón (2007) proponen el fortalecimiento de la participación de la población desde la planificación, implantación y en la toma de decisiones, como también la presencia del Estado para hacer cumplir las normativas, equilibrio con otros sectores, control del modelo de desarrollo, etc. La apuesta es por un turismo comunitario responsable y regulado, en lugar de dejarlo en manos de grandes empresas o de procesos de mercados especulativos que acabarán generando más pobreza.

Finalmente, se considera imprescindible la búsqueda del origen último de las situaciones de pobreza y desigualdad en las comunidades en la que se pretenda implementar al turismo en el combate a la pobreza para garantizar éxitos en las actuaciones pretendidas. Para ello es necesario incorporar otras consideraciones sobre el carácter de explotación de clase del sistema capitalista, así como los problemas de demanda generados por una distribución desigual de la renta, como líneas argumentales adicionales, de corte postkeynesiano y neomarxista, para avanzar en la investigación (Hidalgo 2013). La asunción de cierto sincretismo entre las capacidades de Sen, y el estudio de los mecanismos de explotación propios del sistema de acumulación capitalista, será de gran utilidad para mejorar la coherencia del análisis.

Referencias Bibliográficas

Banco Mundial. 2013. Se registra una disminución notable de la pobreza mundial, pero persisten grandes desafíos. Abril 17 de 2013. Disponible en: <http://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2013/04/17/remarkable-declines-in-global-poverty-but-major-challenges-remain>

Butler R. 2005. Cell phones may help «save» Africa. Julio de 2005. Disponible en: http://www.mongabay.com/2005/0712-rhett_butler.htm.

Cooperación en turismo. Nuevos desafíos, nuevos debates / Jordi Gascón, Soledad Morales

Casas Jurado, Amalia Cristina; Soler Domingo, Amparo; Pastor, Vicente Jaime. 2012. El turismo comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: potencialidades para su desarrollo en cuzco (Perú). Cuadernos de Turismo, núm. 30, julio-diciembre, 2012, pp. 91-108. Universidad de Murcia, Murcia, España

Escalante Semerena Roberto. 2012. El sector agropecuario 2012-2018. InfoRural. Disponible en: <http://www.inforural.com.mx/spip.php?article97326>

FAO-FIDA-PMA. 2002. La reducción de la pobreza y el hambre: La función Fundamental de la Financiación de la Alimentación, la Agricultura y el Desarrollo Rural. Conferencia Internacional sobre la Financiación para el Desarrollo. Monterrey, México, 18-22 de Marzo. Roma, Febrero de 2002. Disponible en: <http://www.ifad.org/events/monterrey/s/joints.pdf>

Gascón, J. y Ernest Cañada 2007. *El turismo y sus mitos* Managua, Enlace, 20 p

Grameen Bank. Véase http://www.asiasource.org/news/special_reports/yunus.cfm. La Jornada miércoles 20 de febrero de 2013. México, con 3.1 millones de nuevos pobres. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2013/02/20/politica/002n1pol>
Mercado Vargas Horacio y Palmerín Cerna Marisol. 2012. El Turismo y su impacto en la economía de México y del Estado de Michoacán. TURyDES Vol 5, N° 12 (junio/junho 2012).

Goodwin, Harold 2013, "Turismo y reducción de la pobreza" en Gascón, Morales, Pérez y Tresserras (ed.) Cooperación en turismo. Nuevos desafíos, nuevos: Foro de Turismo Responsable - Xarxa de Consum Solidari; COODTUR; Universitat Oberta de Catalunya - Laboratori del Nou Turisme; Universitat de Barcelona.

Hidalgo, M.M. 2013 “Desigualdades y Gran Recesión. Una propuesta sincrética entre neomarxismo, postkeynesianismo y ecologismo” XV Reunión de Economía Mundial. Universidad de Santander

OIT. 2011. Guía Práctica sobre la Reducción de la Pobreza a través del Turismo. Organización Internacional del Trabajo. Disponible en: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_emp/documents/instructionalmaterial/wcms_176292.pdf. Ginebra, Suiza.

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

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

Palomo Pérez, S. 2003. El turismo y la cooperación al desarrollo. *Jornadas de Turismo y Cooperación al desarrollo*, Barcelona, Mayo. España.

Pinto Faria y Hidalgo Moratal, 2013 “Turismo y alivio de la pobreza: fundamentos teóricos y evidencias empíricas” en Gascón, Morales, Pérez y Tresserras (ed.) *Cooperación en turismo. Nuevos desafíos, nuevos*: Foro de Turismo Responsable - Xarxa de Consum Solidari; COODTUR; Universitat Oberta de Catalunya - Laboratori del Nou Turisme; Universitat de Barcelona.

Rojas, Sergio. 2013. El turismo comunitario como herramienta para erradicar la pobreza. Mayo 22. Disponible en: <http://amazonasleticia.co/turismo-comunitario-leticia-amazonas-erradica-pobreza/>

Sen, Amartya. 2000. "La pobreza como privación de capacidades", en Desarrollo y Libertad. Planeta. Argentina, 2000.pp.14-141

STEP-UNWTO. 2011. El turismo y la atenuación de la pobreza. Sustainable Tourism Eliminating Poverty-Red de la Organización Mundial del Turismo. Adaptación del "Manual on Tourism and Poverty Alleviation, Practical Steps for Destinations." UNWTO and SNV 2010 Disponible en: <http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>

Zavala Cordero Mauricio y Covarrubias Ramírez Rafael. 2011. Desarrollo turístico rural, Contribución a la economía local. Feria de Posgrado de Calidad 2011. Facultad de Turismo, Universidad de Colima. Abril 2011. Colima, Colima.