



OBS Business
School

Evolución y desafíos del sector turístico en Latinoamérica

Albert Guivernau

Profesor de OBS Business School

Junio, 2024

Partners Académicos:



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

unie*
Universidad

OBSbusiness.school

Autor

➤ **Albert Guivernau**
*Profesor de **OBS Business School**.*



Doctor en Economía y director de la Fundación Civismo. Colaborador de OBS Business School, además de asesor económico de diversas empresas y organismos públicos, así como colaborador en numerosos medios de comunicación, desde un punto de vista de divulgación económica de actualidad.

Ha realizado diversos trabajos de investigación relacionados con el impacto económico de diferentes sectores como el fútbol profesional, la industria de los videojuegos; o de eventos concretos como el Mundial de Rusia. También es autor de investigaciones macroeconómicas y de política económica, su principal campo de investigación, y de otras como la morfología del paro en España o el papel estabilizador del euro en la economía europea, que cobró especial relevancia con la crisis económica derivada de la pandemia y los mecanismos europeos para hacerle frente.



Índice

Capítulo 1	Introducción: análisis coyuntural del turismo en Latinoamérica _____	5
Capítulo 2	El turismo mundial, en recuperación _____	7
2.1	Los 10 países más visitados del mundo (según Informe OMT, 2023) _____	8
2.2	Recuperación por regiones (2023) _____	9
Capítulo 3	El turismo en la economía latinoamericana _____	10
3.1	La Covid-19, un punto de inflexión _____	12
Capítulo 4	Un análisis específico para los principales destinos de la región _____	13
4.1	México _____	14
4.2	Brasil _____	14
4.3	Argentina _____	14
4.4	Colombia _____	15
4.5	Perú _____	15
Capítulo 5	Desafíos y oportunidades _____	16
5.1	Infraestructuras _____	16
5.2	Sostenibilidad _____	17
5.3	Seguridad _____	17
5.4	Administración pública _____	18
5.5	Tecnología e innovación _____	18
5.6	Impacto social _____	19
Capítulo 6	Conclusiones _____	20
	Referencias bibliográficas _____	22



Capítulo 1

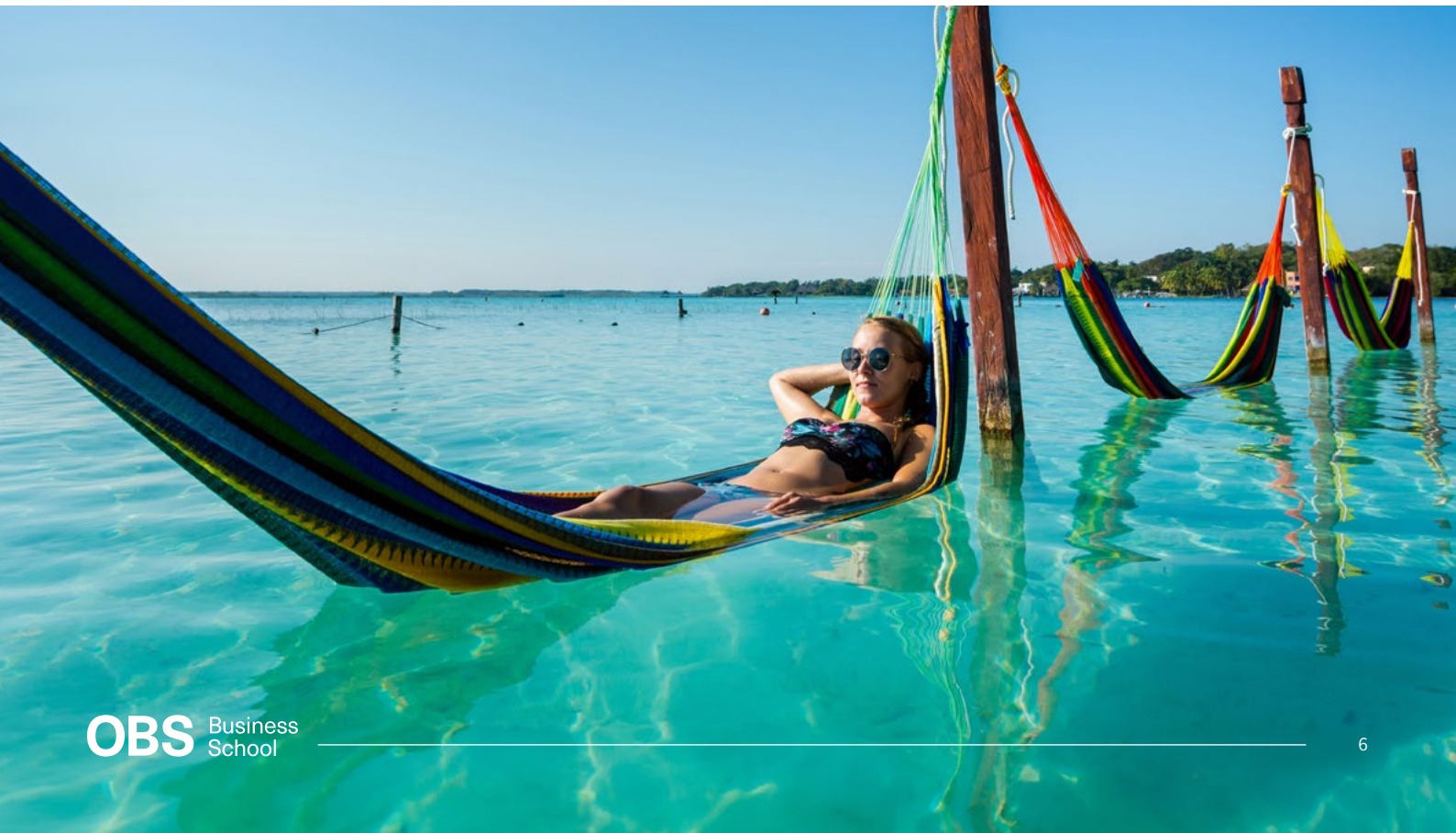
Introducción: análisis coyuntural del turismo en Latinoamérica

- ⌚ Este informe explora el crecimiento del turismo en Latinoamérica, destacando los principales destinos turísticos, las contribuciones económicas, y los desafíos que enfrenta la industria. Se utilizan datos recientes para analizar las tendencias del turismo en la región, considerando factores como la infraestructura, la sostenibilidad y el impacto de la pandemia de COVID-19 y la transformación que ha propiciado.

El turismo es una industria clave en la economía de Latinoamérica, destacada por su diversidad cultural, riqueza natural y patrimonio histórico. Con destinos icónicos como el Machu Picchu, las playas de Cancún y el Amazonas, la región ha atraído a millones de turistas internacionales, contribuyendo significativamente al desarrollo económico y social del continente. El presente documento analiza las tendencias recientes en el turismo latinoamericano, explorando tanto los logros como los desafíos que enfrenta la industria. Además, se presentan estrategias para promover un crecimiento sostenible y mejorar la infraestructura turística.

El turismo en Latinoamérica ha evolucionado considerablemente desde mediados del siglo XX. Inicialmente, los flujos turísticos se centraron en destinos tradicionales como México y Brasil. Sin embargo, la diversificación de los destinos turísticos ha sido notable en las últimas décadas, con un aumento en la popularidad de lugares como Perú, Colombia y Costa Rica. Según Clancy (2001), la promoción de la región como un destino turístico de aventura y naturaleza ha sido fundamental para este crecimiento.

Diversos factores han impulsado y añaden explicaciones al desarrollo del turismo en Latinoamérica. La inversión en infraestructura turística, como aeropuertos y carreteras, ha facilitado el acceso a destinos remotos; y el incremento de la oferta, con la consecuente reducción de precios, ha convertido al continente en un destino mucho más asequible que hace una década. Además, las campañas de promoción internacional han jugado un papel crucial en atraer turistas. Por ejemplo, la campaña “Perú, imperio de tesoros escondidos” ha sido reconocida por su efectividad en aumentar el turismo (PromPerú, 2019).





Capítulo 2

El turismo mundial, en recuperación

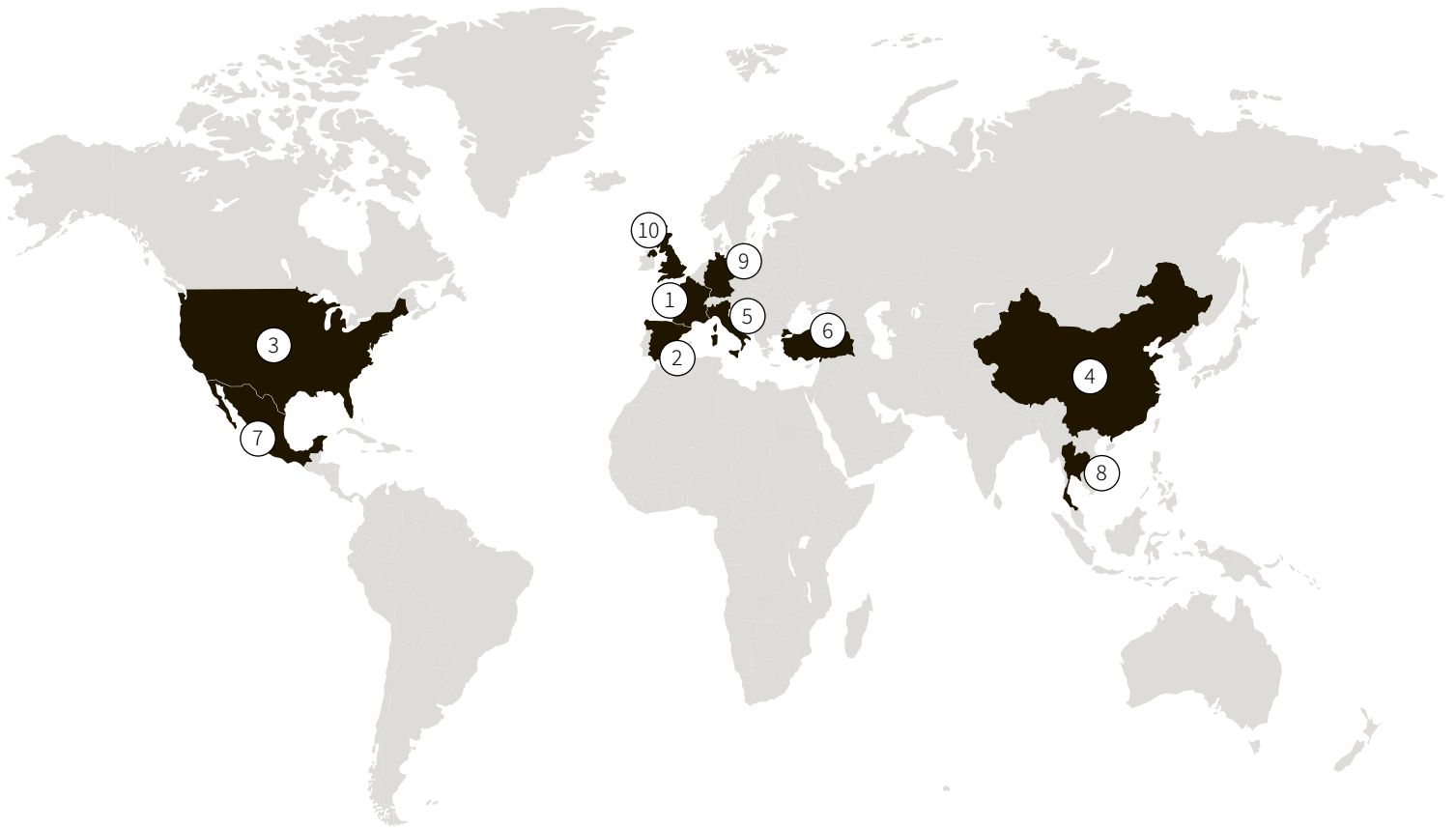
- ⌚ Antes de analizar el fenómeno turístico de Latinoamérica, es importante conocer el contexto mundial en el que desarrolla este turismo. La globalización ha convertido prácticamente cualquier lugar del mundo en un potencial destino.

El turismo mundial sufrió un profundo shock en 2020 a raíz del cierre de fronteras tras la llegada de la Covid-19. En 2019, el último año antes de la pandemia, el turismo generaba 9,63 billones de dólares, cayendo hasta 4,78 billones en 2020. Este año se espera llegar hasta los 11,1 billones de dólares de aportación del turismo al PIB mundial en 2024, superando en un 7,5% las cifras prepandemia, según las estimaciones del Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo (WTTC).

En estos momentos, el sector turístico global es responsable de cerca de 348 millones de empleos a nivel mundial. 13,6 millones de puestos de trabajo más que antes de la pandemia. Asimismo, se espera que el gasto de los visitantes internacionales alcance los niveles de 2019, con 1,89 billones de dólares, mientras que se prevé que el gasto por turismo interior alcance un récord histórico de 5,4 billones de dólares.

2.1 Los 10 países más visitados del mundo (según Informe OMT, 2023)

La mayoría de estos países se encuentran en Europa, lo que resalta el atractivo turístico y cultural del viejo continente. Por el contrario, Latinoamérica sólo mantiene un representante en el Top10 de destinos: México. Así pues, el reto (y el potencial crecimiento) del turismo en Latinoamérica es notable. El sector ha crecido en el continente, pero aún dispone de un largo camino por recorrer.



① Francia (89 millones)

② España (84 millones)

③ Estados Unidos (79 millones)

④ China (66 millones)

⑤ Italia (65 millones)

⑥ Turquía (51 millones)

⑦ México (45 millones)

⑧ Tailandia (40 millones)

⑨ Alemania (40 millones)

⑩ Reino Unido (39 millones)

2.2 Recuperación por regiones (2023)

El último Barómetro OMT del Turismo Mundial proporciona una visión global y sectorizada de los resultados del sector en 2023. Al realizar un seguimiento de la recuperación por regiones, se obtienen algunos datos relevantes para entender la morfología del turismo mundial.

Oriente medio: a la cabeza de la recuperación en términos relativos, como la única región que superó los niveles registrados antes de la pandemia, ya que las llegadas en 2023 superaron un 22% los niveles alcanzados antes de la pandemia.

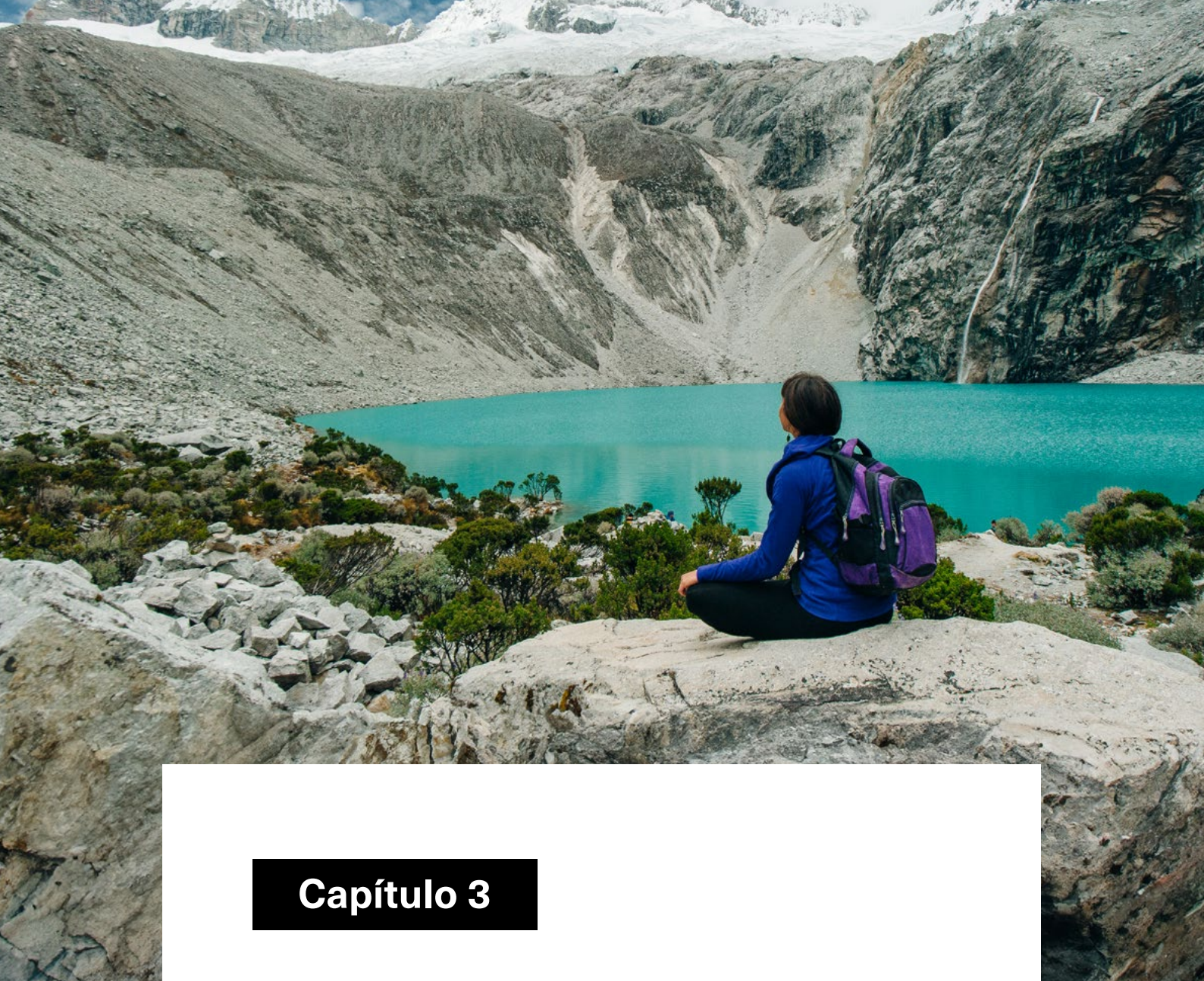
Europa: se consolida como la región más visitada del mundo, alcanzando en 2023 el 94% de los niveles logrados en 2019, apoyada por la demanda intrarregional y por los viajes provenientes de los EE. UU.

África: recuperó el 96% de los visitantes anteriores a la pandemia.

América: recuperaron el 90% del turismo previo a la Covid-19.

Asia y el Pacífico: alcanzaron el 65% de los niveles registrados antes de la pandemia, tras la reapertura de varios mercados y destinos. Sin embargo, los resultados son variados, dado que Asia Meridional ya ha recuperado el 87% de los niveles alcanzados en 2019 y Asia Nororiental cerca del 55%. Se trata de la región con menor recuperación del shock recibido durante la pandemia.





Capítulo 3

El turismo en la economía latinoamericana

- ⌚ El turismo no solo contribuye económicamente, sino que también tiene impactos sociales significativos. Según Honey (2008), el turismo puede mejorar la calidad de vida en las comunidades locales a través de la creación de empleo y la mejora de las infraestructuras, que también usarán los residentes de esos países. Sin embargo, también existen desafíos, como la gentrificación y la pérdida de identidad cultural en destinos muy frecuentados, que pueden tender a una dependencia excesiva de un único sector.

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés), dio a conocer en enero de 2024, en el marco de la Feria Internacional de Turismo (FITUR) de Madrid, los resultados del más reciente análisis sobre tendencias de viaje en 2023, que establece que Latinoamérica reporta un crecimiento en la recepción de visitantes internacionales, superando sus niveles máximos de 2019.

El análisis desveló que los principales destinos de la región incluyen a El Salvador, con un crecimiento estimado de 157% en llegadas, en relación con el mismo periodo de 2019; Nicaragua (+142%), Guatemala (+52%), Honduras (+49%), Costa Rica (+35%), México (+31%) y Colombia (+23%). Otro dato relevante es que casi el 70% de los viajeros realizarán estancias medias en LATAM (que van de 4 a 13 noches), mientras que las estancias cortas y largas representan porcentajes menores entre los viajeros, 7% y el 23%, respectivamente. Los viajeros se quedan más tiempo en los destinos de Latinoamérica, abriendo una gran oportunidad para el gasto de los visitantes en la región.



El análisis de datos de la OMT revela un crecimiento constante en el turismo de Latinoamérica. En 2023, la región recibió 117 millones de turistas internacionales, un incremento del 12% en comparación con 2019 (OMT, 2024). México lidera la lista con 45 millones de turistas, seguido de Brasil y Argentina con 6,35 y 7,4 millones de turistas respectivamente.

El crecimiento económico en muchos países de la región ha contribuido al aumento del turismo. Por ejemplo, el crecimiento del PIB en Perú y Colombia ha impulsado la inversión en infraestructura turística, facilitando el acceso a destinos remotos y mejorando la experiencia del turista (Banco Mundial, 2020).

El turismo no solo beneficia directamente a las industrias relacionadas, como hoteles y restaurantes, sino que también tiene efectos multiplicadores en la economía local. Por ejemplo, la construcción de nuevas infraestructuras turísticas puede generar empleo en la construcción y mejorar el acceso a servicios básicos para las comunidades locales (Dwyer & Forsyth, 2020).

En México, el turismo representa aproximadamente el 8,7% del PIB y emplea a más de 4 millones de personas (SECTUR, 2021). En Brasil, el turismo genera ingresos significativos, especialmente en regiones como Río de Janeiro y el Amazonas, donde se han implementado estrategias para promover el ecoturismo (EMBRATUR, 2020).

3.1 La Covid-19, un punto de inflexión

La pandemia de COVID-19 tuvo un impacto devastador en el turismo global y Latinoamérica no fue la excepción. Las llegadas de turistas internacionales cayeron un 74% en 2020, lo que resultó en una pérdida significativa de ingresos y empleos en la industria turística (OMT, 2023).

La recuperación ha sido desigual en la región. Algunos países como México han visto una recuperación más rápida debido a la reactivación de vuelos y la implementación de protocolos de seguridad. Otros, como Perú y Argentina, han tenido una recuperación más lenta debido a restricciones más estrictas y la dependencia de turistas internacionales (Banco Mundial, 2022).

Los gobiernos y el sector privado han implementado varias medidas para apoyar la recuperación del turismo. Estas incluyen incentivos fiscales, campañas de promoción, y la mejora de la infraestructura sanitaria en destinos turísticos (OMT, 2023).





Capítulo 4

Un análisis específico para los principales destinos de la región

4.1 México

México ha sido un líder en el turismo de Latinoamérica gracias a su diversidad de atractivos. Según la Secretaría de Turismo de México (SECTUR, 2023), el país recibió 45 millones de turistas internacionales en 2023, generando ingresos por 24.563 millones de dólares.

Cancún y la Riviera Maya son dos de los destinos más visitados. Cancún, conocido por sus playas y resorts de lujo, atrae a millones de turistas cada año. La Riviera Maya, con sus playas de arena blanca y cenotes, es un destino popular para el ecoturismo y el turismo de aventura. Ambos destinos han implementado estrategias de desarrollo sostenible para minimizar el impacto ambiental y preservar los recursos naturales (SECTUR, 2022).

México ha utilizado campañas de promoción efectivas para atraer turistas. La campaña "Visit Mexico" ha sido fundamental para posicionar al país como un destino turístico global. Además, la promoción de la gastronomía mexicana, que ha sido reconocida como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, ha atraído a turistas interesados en la cultura y la cocina mexicana (Proméxico, 2022).

4.2 Brasil

Brasil es conocido por su biodiversidad y eventos culturales como el Carnaval de Río. En 2023, el país recibió 6,35 millones de turistas, y se prevé que su aportación al PIB sea de 16.800 millones de dólares (EMBRATUR, 2023).

Río de Janeiro es famoso por sus playas, el Cristo Redentor y el Carnaval. La ciudad ha implementado varias iniciativas para mejorar la seguridad y la infraestructura turística. El Amazonas, por otro lado, atrae a turistas interesados en el ecoturismo y la biodiversidad. La región ha desarrollado proyectos de turismo sostenible para proteger el medio ambiente y beneficiar a las comunidades locales. El Carnaval de Río es uno de los eventos culturales más importantes del país, atrayendo a millones de turistas cada año. Este evento no solo genera ingresos significativos, sino que también promueve la cultura brasileña a nivel mundial. Además, otros festivales y eventos culturales en Brasil han contribuido a diversificar la oferta turística del país, como el festival Rock in Rio, que atrae a más de 3 millones de visitantes.

4.3 Argentina

Argentina ha visto un crecimiento constante en el turismo, atrayendo a 7,4 millones de turistas en 2023 (Ministerio de Turismo de Argentina, 2023), con una aportación prevista al PIB en 2024 de 7.100 millones de dólares. Buenos Aires, la Patagonia y las Cataratas del Iguazú son algunos de los destinos más populares.

Buenos Aires es un centro cultural importante, conocido por su arquitectura, tango y vida nocturna.

La ciudad ha implementado varias iniciativas para mejorar la infraestructura turística y promover eventos culturales. La Patagonia, con sus impresionantes paisajes y parques nacionales, es un destino popular para el turismo de aventura y el ecoturismo (Ministerio de Turismo de Argentina, 2023).

Argentina ha adoptado varias estrategias de desarrollo sostenible para preservar sus recursos naturales. Por ejemplo, en las Cataratas del Iguazú, se han implementado políticas de conservación y turismo responsable para proteger el medio ambiente y promover el desarrollo local (Ministerio de Turismo de Argentina, 2023).

4.4 Colombia

Colombia ha emergido como un destino turístico popular en la última década. Ciudades como Cartagena y Medellín han visto un aumento en el número de turistas gracias a la mejora en la seguridad y la promoción internacional. En 2023 Colombia recibió 5,86 millones de visitantes y se prevé una aportación al PIB en 2024 de 3.800 millones de dólares (ProColombia, 2023).

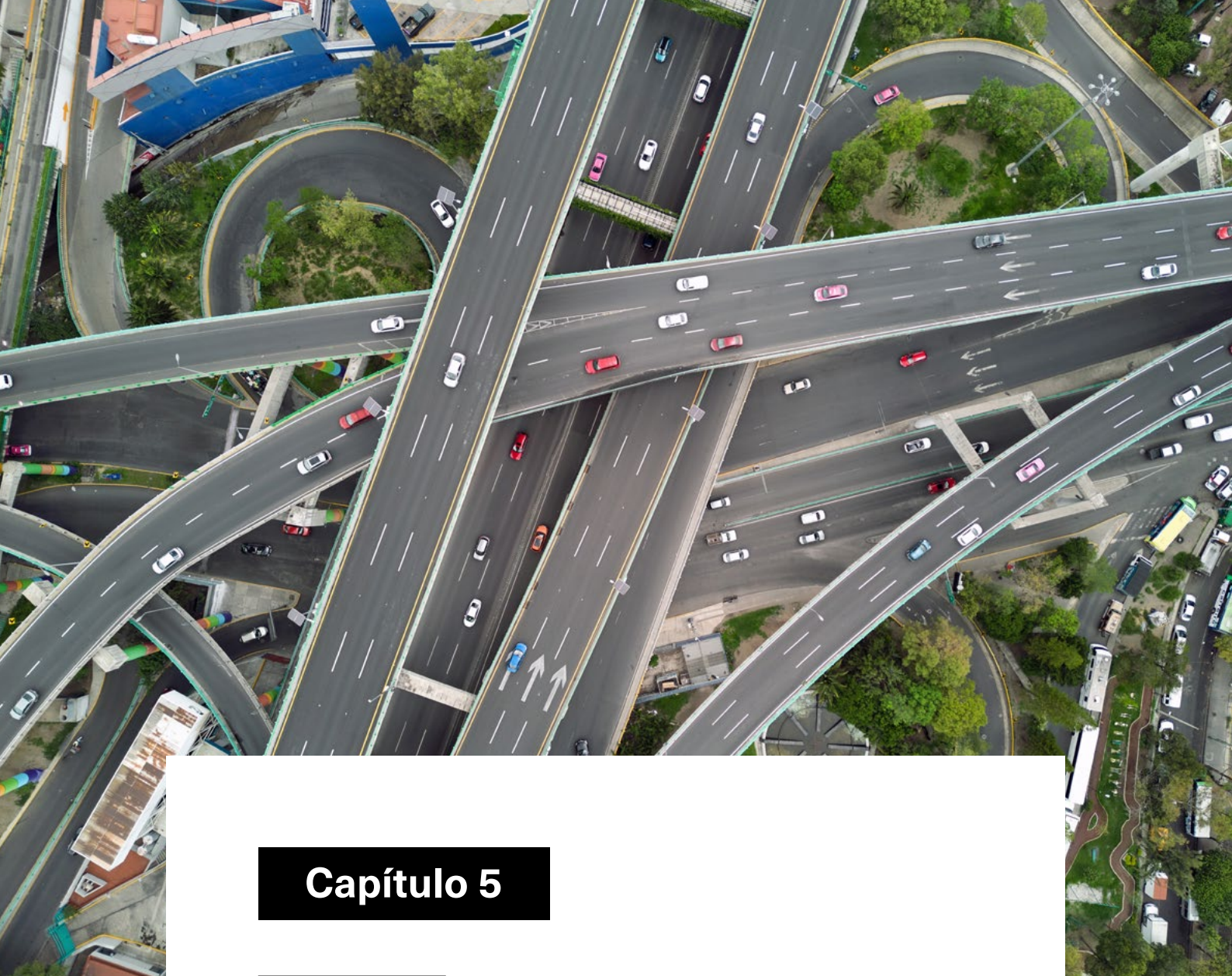
Cartagena, con su patrimonio colonial y playas, ha implementado iniciativas para mejorar la infraestructura turística y promover el turismo cultural. Medellín, por otro lado, ha pasado de ser una ciudad afectada por la violencia a un centro de innovación y turismo cultural, atrayendo a turistas interesados en su transformación (ProColombia, 2023).

4.5 Perú

Perú es conocido por sus maravillas arqueológicas y naturales, como Machu Picchu y el Amazonas. En 2023, el país recibió 2,5 millones de turistas internacionales, y se prevé una aportación al PIB en 2024 de 1.900 millones de dólares (PromPerú, 2023).

Machu Picchu es uno de los destinos más visitados en Perú. Para manejar el flujo de turistas y proteger el sitio, se han implementado medidas de conservación y control de visitantes. Cusco, la antigua capital del Imperio Inca, ha visto un aumento en el turismo cultural y ha desarrollado infraestructura para acomodar a los turistas (PromPerú, 2023).





Capítulo 5

Desafíos y oportunidades

5.1 Infraestructuras

A pesar del crecimiento, la infraestructura sigue siendo un desafío crítico. Muchos destinos turísticos en Latinoamérica carecen de las instalaciones necesarias para manejar grandes flujos de turistas de manera sostenible. La falta de carreteras adecuadas, aeropuertos modernos y servicios básicos limita el potencial de crecimiento del turismo en la región (Banco Mundial, 2020).

Comparando países como México y Brasil, que tienen infraestructuras relativamente desarrolladas, con países como Bolivia y Honduras, que aún enfrentan desafíos significativos en términos de infraestructura, se observa una correlación directa entre la calidad de la infraestructura y el crecimiento turístico (Banco Mundial, 2020).

Varios países han iniciado proyectos de mejora de infraestructura para apoyar el crecimiento del turismo. En Perú, por ejemplo, se han realizado inversiones significativas para mejorar los aeropuertos y las carreteras que conectan destinos turísticos clave. En Colombia, la mejora de la infraestructura en ciudades como Cartagena y Medellín ha sido fundamental para atraer turistas (PromPerú, 2023).

5.2 Sostenibilidad

La sostenibilidad es un desafío crucial en el turismo. El crecimiento descontrolado del turismo puede llevar a la degradación de los recursos naturales y culturales que atraen a los turistas en primer lugar. Por lo tanto, es esencial implementar prácticas de turismo sostenible para preservar los atractivos turísticos de la región (Weaver, 2019).

Varios destinos en Latinoamérica han adoptado iniciativas de turismo sostenible. En Costa Rica, por ejemplo, el ecoturismo ha sido promovido como una forma de conservar la biodiversidad y generar ingresos para las comunidades locales. En México, la Riviera Maya ha implementado prácticas de turismo responsable para proteger los arrecifes de coral y otros recursos naturales (SECTUR, 2021).

Implementar prácticas de turismo sostenible presenta varios desafíos, como la necesidad de financiación y la resistencia de las comunidades locales. Sin embargo, también ofrece oportunidades para diversificar la oferta turística y atraer a un segmento creciente de turistas conscientes del medio ambiente (Honey, 2008).

5.3 Seguridad

La percepción de inseguridad en algunos países de Latinoamérica afecta el turismo. La violencia y el crimen son preocupaciones significativas para los turistas potenciales, lo que puede desincentivar las visitas. Por ejemplo, países como Honduras y El Salvador han luchado por atraer turistas debido a sus altos índices de criminalidad; especialmente significativo es el crecimiento del turismo en El Salvador (WTTC, 2023).

Las percepciones de riesgo pueden ser influenciadas por la cobertura mediática y las advertencias de viaje emitidas por los gobiernos. La mejora de la seguridad y la percepción de seguridad son esenciales para atraer a turistas internacionales (WTTC, 2023).

Varios países han implementado estrategias para mejorar la seguridad en destinos turísticos. En México, por ejemplo, se han establecido zonas turísticas con una mayor presencia policial y medidas de seguridad mejoradas para proteger a los turistas. En Colombia, la mejora de la seguridad en ciudades como Medellín ha sido clave para atraer turistas y cambiar la percepción del país (ProColombia, 2023).

5.4 Administración pública

Las políticas públicas juegan un papel crucial en el desarrollo del turismo. La implementación de regulaciones efectivas y la promoción del turismo pueden impulsar el crecimiento y la sostenibilidad de la industria.

Por ejemplo, las políticas de visado flexibles y los incentivos fiscales para las inversiones en infraestructura turística han sido efectivos en varios países de la región (OMT, 2021).

Comparar las regulaciones en diferentes países de la región puede proporcionar una visión de las mejores prácticas y áreas de mejora. Por ejemplo, mientras que México y Brasil han implementado políticas efectivas para promover el turismo, otros países como Venezuela han enfrentado desafíos debido a la inestabilidad política y económica (Banco Mundial, 2020).



Las políticas gubernamentales pueden tener un impacto significativo en el crecimiento y la sostenibilidad del turismo. Las inversiones en infraestructura, la promoción internacional y las iniciativas de conservación son algunas de las áreas clave donde las políticas gubernamentales pueden influir en el turismo (OMT, 2021).

5.5 Tecnología e innovación

La tecnología juega un papel crucial en la promoción y gestión del turismo. Las plataformas digitales y las redes sociales han revolucionado la forma en que los destinos turísticos se promocionan y los turistas planifican sus viajes. Por ejemplo, aplicaciones móviles y plataformas de reserva en línea han facilitado el acceso a información y servicios turísticos (Sigala, 2020).

Varios destinos en Latinoamérica han adoptado innovaciones tecnológicas para mejorar la experiencia del turista.

En Brasil, la implementación de tecnologías de realidad virtual para promover destinos turísticos ha sido un éxito. En Perú, las plataformas digitales han facilitado la promoción de destinos menos conocidos, atrayendo a un mayor número de turistas (PromPerú, 2023).

Las plataformas digitales, como TripAdvisor y Airbnb, han tenido un impacto significativo en la industria turística.

Estas plataformas no solo facilitan la planificación y la reserva de viajes, sino que también permiten a los turistas compartir sus experiencias y recomendaciones, influyendo en las decisiones de otros viajeros (Sigala, 2020).

5.6 Impacto social

El turismo puede tener un impacto positivo en las comunidades locales, mejorando la calidad de vida a través de la creación de empleo y la mejora de la infraestructura. Sin embargo, también puede presentar desafíos, como la gentrificación y la pérdida de identidad cultural (Honey, 2008).

Varios proyectos de turismo comunitario en Latinoamérica han demostrado ser exitosos en generar ingresos y promover el desarrollo local. En Ecuador, el proyecto de turismo comunitario en la región de los Andes ha mejorado significativamente la calidad de vida de las comunidades locales a través de la creación de empleo y la preservación de la cultura local (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2020).

El turismo puede ofrecer varios beneficios sociales, incluyendo la mejora de la infraestructura, el acceso a servicios básicos, y la promoción de la educación y la cultura. Por ejemplo, en Costa Rica, el turismo ha contribuido a mejorar las infraestructuras educativas y sanitarias en las comunidades locales (Instituto Costarricense de Turismo, 2020).





Capítulo 6

Conclusiones

- El turismo mundial en 2023 se recuperó de los efectos derivados de la Covid-19 y en 2024 se batirán récords tanto en aportación del turismo al PIB mundial, que alcanzará los **11,1 billones de dólares** (un **7,5%** más que antes de la pandemia), como en número de trabajadores, alcanzando los **348 millones de puestos de trabajo, 13,6 millones más que en 2019**.
- Los países más visitados del mundo en 2023 fueron **Francia (89 millones), España (84 millones) y EE. UU. (79 millones)**. De Latinoamérica, entre los 10 primeros, sólo se encuentra **México, con 45 millones**, en séptima posición.
- Por regiones, en 2023, Oriente Medio es la que más crece por número de visitantes desde la pandemia (+22%), Europa y África se quedaron a poco de recuperar niveles prepandemia, América aún se encuentra un 10% por debajo de los niveles prepandemia; y la región Asia-Pacífico es la que aún se encuentra más lejos de las cifras de 2019, un 35% inferiores.
- En referencia a 2019, último año antes de la Covid-19, los países que más han crecido en número de visitantes son **El Salvador (+157%), Nicaragua (+142%), Guatemala (+52%), Honduras (+49%), Costa Rica (+35%), México (+31%) y Colombia (+23%)**.
- El balance en pérdidas del sector turístico en Latinoamérica con la llegada de la Covid-19 ascendieron al **74%** de su valor en 2019.
- El **70%** de las estancias en Latinoamérica son de media duración (entre 4 y 13 días) lo que ofrece muchas posibilidades de crecimiento, pues la permanencia de los visitantes es mayor que en los países europeos, donde predominan estancias más cortas.
- En **México**, se alcanzaron los 45 millones de visitantes y los 25.000 millones de dólares de aportación al PIB en 2023, y se prevé un crecimiento aproximado del 15% para 2024.
- En **Brasil**, se recibieron 6,35 millones de turistas en 2023, y se prevé que su aportación al PIB sea de 16.800 millones de dólares en 2024, un crecimiento del 12% sobre 2023.
- **Argentina** atrajo a 7,4 millones de turistas en 2023, con una aportación prevista al PIB en 2024 de 7.100 millones de dólares, un 15% más que en 2023.
- En **Colombia**, se acogió a 5,86 millones de visitantes en 2023 y se prevé una aportación al PIB en 2024 de 3.800 millones de dólares, un 13% más que en 2023.
- **Perú** recibió 2,5 millones de turistas en 2023, y se prevé una aportación al PIB en 2024 de 1.900 millones de dólares, un 12% más que en 2023.
- El turismo en Latinoamérica ha mostrado un crecimiento impresionante en las últimas décadas, convirtiéndose en un pilar fundamental para muchas economías de la región. Sin embargo, enfrenta desafíos significativos que deben abordarse para asegurar un desarrollo sostenible y continuo. La inversión en infraestructura, la promoción de prácticas sostenibles y la mejora de la seguridad son cruciales para el futuro del turismo en Latinoamérica. Además, la adopción de innovaciones tecnológicas y la implementación de políticas públicas efectivas, reduciendo la burocracia e incrementando la promoción, pueden impulsar el crecimiento y mejorar la experiencia del turista.

Referencias bibliográficas

1. - Banco Mundial. (2023). *International tourism, receipts (current US\$)*. Recuperado de [Banco Mundial] <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD>
2. - Clancy, M. (2001). *Exporting Paradise: Tourism and Development in Mexico*. Pergamon.
3. - Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo (WTTC). (2023). *Informe anual de Impacto Económico (EIR)*.
4. - Dwyer, L., & Forsyth, P. (2020). *International Handbook on the Economics of Tourism*. Edward Elgar Publishing.
5. - EMBRATUR. (2023). *Turismo en Brasil: Estadísticas y Datos*. Recuperado de [EMBRATUR] <http://www.embratur.gov.br>
6. - Honey, M. (2008). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Island Press.
7. - Instituto Costarricense de Turismo. (2023). *Informe Anual de Turismo*. Recuperado de [ICT] <http://www.ict.go.cr>
8. - Ministerio de Turismo de Argentina. (2023). *Informe Anual de Turismo*. Recuperado de [Ministerio de Turismo de Argentina] <http://www.turismo.gob.ar>
9. - Ministerio de Turismo de Brasil. (2023). *Relatório Anual de Turismo*. Recuperado de [Ministerio de Turismo de Brasil] <http://www.turismo.gov.br>
10. - Ministerio de Turismo de Ecuador. (2020). *Informe Anual de Turismo Comunitario*. Recuperado de [Ministerio de Turismo de Ecuador] <http://www.turismo.gob.ec>
11. - OMT. (2021). *Impacto del COVID-19 en el turismo mundial*. Recuperado de [OMT] <https://www.unwto.org>
12. - OMT. (2023). *Tourism Highlights*. Recuperado de [OMT] <https://www.unwto.org>
13. - ProColombia. (2020). *Informe de Turismo en Colombia*. Recuperado de [ProColombia] <http://www.procolombia.co>
14. - PromPerú. (2023). *Informe Anual de Turismo en Perú*. Recuperado de [PromPerú] <http://www.promperu.gob.pe>
15. - SECTUR. (2021). *Informe del Turismo en México*. Recuperado de [SECTUR] <http://www.sectur.gob.mx>
16. - Sigala, M. (2020). *Emerging Technologies and Tourism Management*. Springer.
17. - Weaver, D. (2019). *Sustainable Tourism*. Routledge.
18. - WTTC. (2021). *Travel & Tourism Economic Impact 2021*. Recuperado de [WTTC] <https://wtcc.org/>



OBS Business School

School of **Business Administration & Leadership**

School of **Innovation & Technology Management**



 **Planeta Formación y Universidades**