



UNIVERSIDAD DE BURGOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

TRABAJO DE FIN DE GRADO

La pobreza como atractivo turístico:
Características e Impactos

Autor/a: Marina Noriega Gutiérrez

Tutor/a: María Elena Romero Merino

Grado en Turismo

Curso Académico: 2024-2025

Burgos, febrero de 2025

AGRADECIMIENTOS

A mi madre.

A Bruna, por ser mi faro y mi fuerza desde que llegaste.

A Simon, por nunca juzgarme y creer en mí incondicionalmente.

A mi tutora, Elena, por su apoyo, respeto, dedicación, y buenos consejos.

*“When you get these jobs that you have been
so brilliantly trained for, just remember that
your real job is that if you are free,
you need to free somebody else.
If you have some power,
then your job is to empower somebody else”*

Toni Morrison

*“Quieren quitarme el río y también la playa
Quieren el barrio mío y que tus hijos se vayan
No, no suelte la bandera ni olvide el lelolai
que no quiero que hagan contigo lo que le pasó a Hawái”*

Bad Bunny

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|---|----|
| RESUMEN | 5 |
| ABSTRACT | 5 |
| CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN | 6 |
| 1.1. PRESENTACIÓN | 6 |
| 1.1.1. Objetivos | 6 |
| 1.1.2. Metodología | 7 |
| 1.1.3. Estructuración de contenidos | 7 |
| CAPÍTULO 2. LA POBREZA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO | 8 |
| 2.1. CONTEXTO GLOBAL DE POBREZA | 9 |
| 2.2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS Y TRAYECTORIA | 11 |
| 2.3. ACTORES IMPLICADOS Y CARACTERÍSTICAS | 13 |
| CAPÍTULO 3. IMPACTOS Y CONSECUENCIAS DEL TURISMO DE POBREZA | 19 |
| 3.1. CASO CUBA. PERPETUACIÓN DE LA POBREZA Y CIRCUNSCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN | 19 |
| 3.2. CASO ÁFRICA OCCIDENTAL: SENEGAL Y GAMBIA. TURISMO SEXUAL | 23 |
| 3.3. CASO SUDÁFRICA. ESTIGMATIZACIÓN DE BARRIOS Y COMUNIDADES | 27 |
| 3.4. ANÁLISIS DE DATOS | 30 |
| CAPÍTULO 4. CONCLUSIONES | 41 |
| 4.1. RESULTADOS Y CONCLUSIONES | 41 |
| 4.1.1. Evolución y Reforma Sociocultural. Opciones de transformación | 42 |
| 4.1.2. El turismo: un instrumento contra la pobreza y la desigualdad y a favor del desarrollo. | 43 |
| 4.3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 44 |
| CAPÍTULO 5. ANEXOS | 50 |
| 5.1. ANEXO DE SOSTENIBILIZACIÓN CURRICULAR | 50 |
| 5.2. ANEXOS | 52 |

RESUMEN

La exploración de zonas deprimidas y con niveles de desarrollo insuficientes en las grandes ciudades o áreas rurales del sur global se ha convertido en una actividad de alta demanda dentro del sector turístico por parte de ciudadanos procedentes de países desarrollados. Su finalidad consiste en experimentar en primera persona la observación de situaciones de desigualdad y pobreza en las que sobreviven otros seres humanos. Se trata de un negocio cada vez más rentable y que proporciona altos beneficios para quienes se aprovechan de estas realidades.

El presente trabajo describe y analiza este fenómeno y sus orígenes, y explicar su impacto en las zonas a las que afecta, ilustrándolo con algunos casos reales y, por último, trata de comprender, a través de una encuesta, el nivel de conocimiento de esta realidad turística y las motivaciones existentes detrás de este tipo de turismo.

PALABRAS CLAVE: turismo de pobreza, sector turístico, pobreza, desigualdad, desarrollo

ABSTRACT

The exploration of depressed areas with insufficient levels of development in large cities or rural areas of the global south has become an activity in high demand within the tourism sector by citizens from developed countries. Its purpose is to experience first-hand the observation of situations of inequality and poverty in which other human beings survive. It is an increasingly profitable business that provides high benefits for those who take advantage of these realities.

This work aims to describe and analyze this phenomenon and its origins, as well as explain its impact on the areas it affects by illustrating it with some real cases and, finally, try to understand, through a survey, the level of knowledge of this tourist reality and the motivation behind this type of tourism.

KEY WORDS: *poverty tourism, tourism sector, poverty, inequality, development*

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. PRESENTACIÓN

La elección del eje temático se debe a la observación y exploración de la realidad global, la cual expone un incremento de la dualidad distópica que muestra el crecimiento continuo e imparable de los países desarrollados, con gran peso en la industria turística en muchos casos; en contraposición a datos de aumento de la pobreza, llegada constante de población en situación irregular en búsqueda de asilo o mejora de condiciones de vida, el endurecimiento de políticas migratorias a escala internacional, etc.

El trabajo se centra en el estudio de situaciones globales, en las que la industria turística actual impacta de manera directa o indirecta, en cuestiones relativas al crecimiento económico y al bienestar y desarrollo social; analizando las posibles soluciones y alternativas que se podrían replantear desde los diferentes actores participantes, agentes interventores e instituciones que forman parte de esa ecuación en la que aparecen aspectos de desfavorecimiento y se presentan actuaciones que pueden perpetuar situaciones de vulnerabilidad.

Debido a esta combinación de factores, a los descubrimientos revelados, a la ampliación de conocimientos, y a la búsqueda constante de análisis de datos que muestran realidades complejas en cuestiones de fragilidad y desequilibrio social, político, económico, de libertad, de género, etc.; se ha optado por realizar un trabajo de fin de grado que combine el sector turístico y su impacto en contextos sociales y culturales desfavorecidos y vulnerables que sirven de muestra de las profundas desigualdades que continúan dividiendo al sur y al norte global. Esta composición conjuga las dos especialidades de la autora adquiridas a través de su formación académica: el turismo y la cooperación internacional para el desarrollo.

1.1.1. Objetivos

La presente investigación se propone alcanzar el siguiente objetivo global:

- Profundizar y dar a conocer una visión de la industria turística no tan conocida e invitar a la reflexión, tanto a los profesionales del sector, como a los turistas, o ciudadanos sin conocimiento previo de este eje temático que hayan tenido o tengan acceso a esta investigación.

Además de los siguientes objetivos específicos:

- Definir y enmarcar el concepto de turismo de pobreza, conociendo su origen y analizando sus características.
- Analizar los impactos sociales, políticos y culturales emergentes a través de paradigmas surgidos de realidades turísticas actuales potenciadoras o explotadoras en contextos de pobreza.

- Examinar las relaciones norte-sur que emanan de determinados fenómenos turísticos o que indirectamente derivan, brotan o se dilatan debido a ellos.
- Explorar otras tipologías turísticas derivadas o conectadas de las realidades que surgen de la pobreza y sus vínculos con la industria turística.
- Analizar las distintas ópticas con las que se observa a la pobreza dentro de la industria turística y su enfoque moral.
- Realizar una breve encuesta que aporte datos sobre la visión actual de ciertos destinos turísticos implicados en la instrumentalización de la pobreza para el beneficio del sector, las prácticas que en ellos se realizan, el nivel de conocimiento de la población de las realidades de otros contextos, la conexión con la realidad en la construcción de los imaginarios occidentales, su implicación, etc.
- Concluir este documento con un análisis crítico basado en los datos estudiados y obtenidos durante la investigación.

1.1.2. Metodología

Para la elaboración del presente trabajo se ha llevado a cabo una revisión y un análisis de diversos documentos bibliográficos citados en el apartado 'referencias bibliográficas'. Los documentos consultados comprenden artículos científicos, fragmentos de libros, ensayos, tesis doctorales, otros trabajos de fin de grado, trabajos de fin de máster, etc. A su vez, en algunos casos se han consultado bases de datos oficiales o fuentes gubernamentales para obtener información o contrastar datos entre varias fuentes. También se ha recurrido a información digital o a verificación de datos a través de páginas web, blogs de viajes o turísticos, publicaciones de prensa en formato digital, etc. Todos los materiales consultados han sido citados en el texto y recogidos en la bibliografía.

Además, se ha realizado una encuesta para obtener datos sobre el nivel de conocimiento que tiene la población en general sobre la problemática abordada, así como la percepción y motivaciones que puede tener la sociedad ante este tipo de prácticas turísticas y de su impacto en las zonas de destino.

1.1.3. Estructuración de contenidos

La estructura del contenido se ha realizado en base a una explicación teórica del concepto de turismo de pobreza, proporcionando una definición, aportando datos sobre sus orígenes y evolución histórica, y concluyendo con una exposición de los actores implicados, sus roles, y las características que configuran esta práctica, tanto desde el punto de vista de la industria y sus defensores como desde el de las miradas más críticas y posiciones en contra.

Posteriormente se ha desarrollado la parte empírica de la investigación. Para esta tarea se han analizado diversos casos de turismo de pobreza, así como otras realidades que se desprenden de esta actividad, en las que también surgen situaciones de vulnerabilidad y desigualdad social conectadas de manera directa o indirecta con la industria turística.

A continuación, se encuentra el apartado que engloba la realización de una encuesta, la muestra de resultados de la misma, y un análisis de la información obtenida.

Por último, el trabajo finaliza con una exposición de resultados y conclusiones, así como con la explicación de algunas alternativas que podrían reconducir la actividad turística hacia realidades más respetuosas y socio-sostenibles.

La ordenación dentro de la estructura del trabajo se debe al seguimiento de las indicaciones denominadas 'normas de redacción para el trabajo de fin de grado' facilitadas por la coordinación de la asignatura a comienzos de curso.

CAPÍTULO 2. LA POBREZA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO

Existen numerosas corrientes, estudios y visiones sobre la influencia, impactos y consecuencias que el turismo y las actividades derivadas de éste pueden ejercer sobre la pobreza y aquéllos que la padecen. A partir de los años noventa del siglo pasado comienza a materializarse la idea que posiciona al sector turístico como herramienta en el impulso del desarrollo global e incluso como mecanismo en la lucha para la erradicación de la pobreza (Cicci e Hidalgo, 2012). Este capítulo aborda el término de 'turismo de pobreza', sus orígenes y trayectoria, así como las características y actores implicados y participantes de esta actividad.

La conexión y los mecanismos establecidos para interrelacionar ambos conceptos se puede enfocar desde una perspectiva liberal o crítica. El planteamiento liberal conecta el turismo a cambios positivos relacionados con el desarrollo y la modernización de los países en vías de desarrollo, configurándose la industria turística en esta vertiente como una herramienta que proporciona alivio a la incidencia de la pobreza. Por el contrario, las visiones más críticas apuntan a la diferencia de ingresos entre visitantes y población receptora como un mecanismo que incrementa la dependencia y que facilita un clima de perpetuación de los sistemas coloniales o neocoloniales, pagando por ello los países receptores un alto precio debido al cambio y/o adaptación social y cultural al que se someten (Frenzel, 2013).

Una vez planteada esta diferenciación de enfoques, se puede determinar que el turismo de pobreza ("poverty tourism" en terminología anglosajona) hace referencia a los "casos en los que turistas

privilegiados financieramente visitan comunidades empobrecidas con el propósito de observar la pobreza de cerca” (Otterson y otros, 2011, p.39).

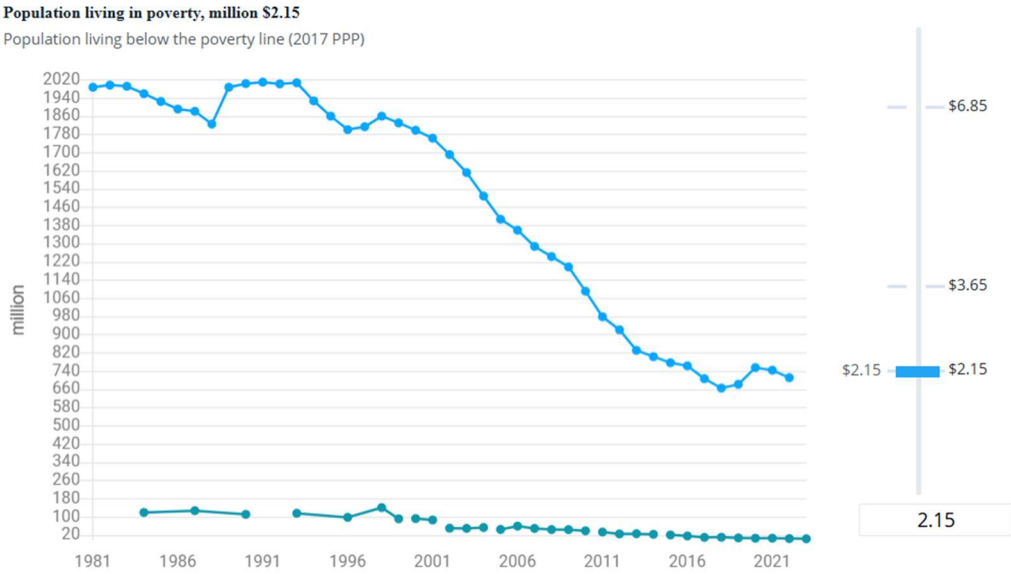
2.1. CONTEXTO GLOBAL DE POBREZA

La definición de pobreza según el Banco Mundial es “la privación pronunciada de bienestar. La carencia de suficientes ingresos o consumo para situarse por encima de los niveles que marca el umbral mínimo” (World Bank, s.f.). En la actualidad el umbral mínimo que marca el límite de pobreza extrema se sitúa en 2,15\$ por persona y día, considerando esta cantidad como el ingreso mínimo para poder costearse una dieta que cubra las necesidades básicas en materia nutricional y satisfaga necesidades primordiales distintas a los alimentos (World Bank, 2024). Se calcula que actualmente casi 700 millones de personas, es decir, un 8,5% de la población mundial, subsiste con menos de 2,15\$ al día; y alrededor de 3,5 billones de personas, un 44% de la población mundial, vive con menos de 6,85\$ al día (World Bank, 2024).

A pesar de que en las últimas décadas las cifras de pobreza extrema se habían reducido considerablemente, el estallido de la pandemia global en 2020 y las crisis sanitaria y económica de los años posteriores han precipitado de nuevo a millones de personas a realidades de pobreza o pobreza extrema como se puede visualizar en las siguientes tablas (PIP, 2024).

A continuación, en la figura 2.1.1, puede observarse la significativa reducción experimentada en los millones de población mundial expuestos a subsistir por debajo del umbral de la pobreza extrema determinado en el año 2017 en 2,15\$ por persona y día.

Figura 2.1.1. Umbral de pobreza extrema determinado por el ingreso de 2,15\$ diarios por persona

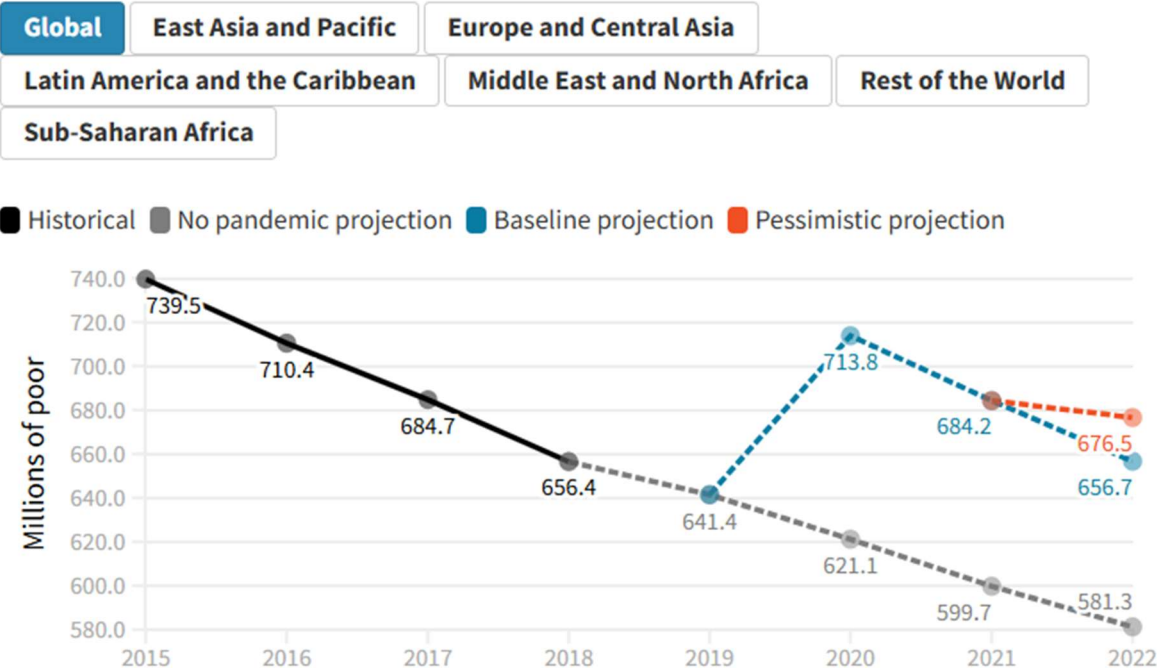


Fuente: Poverty & Inequality Platform (PIP), (2024)

Se observa como desde comienzos de la década de los noventa del siglo XX hasta el año 2020 el descenso de población mundial en situación de pobreza extrema era continuado, significativo y estable; partiendo de números que apuntaban a 2000 millones de personas en 1990 y disminuyendo a 712 millones en el año 2022 (PIP, 2024).

Tal y como se puede observar en la figura 2.1.2 el análisis de proyecciones relativas al descenso de población de pobreza extrema esperado en los años anteriores y posteriores a la pandemia sufrida a nivel mundial por el virus COVID-19.

Figura 2.1.2. Umbral pobreza extrema 2015-2022



Fuente: Poverty & Inequality Platform (PIP), (2024)

La línea negra continua muestra la realidad histórica experimentada hasta el año 2018 al tratarse del último año con el que se cuentan con mediciones oficiales. La línea gris discontinua dibuja la proyección esperada en un contexto en el que no hubiese ocurrido la pandemia. Por el contrario, la línea azul discontinua refleja la situación vivida durante y en los años posteriores a la pandemia con un incremento significativo y suponiendo un desvío relevante en la trayectoria calculada incluyendo además estimaciones relativas a población desplazada y en zonas de conflicto. Por último, la trayectoria discontinua marcada en naranja sería la más pesimista y mostraría también las cifras resultantes de cálculos que incluyesen el incremento del precio de los alimentos básicos (World Bank, 2024).

2.2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS Y TRAYECTORIA

Partiendo de la definición de turismo facilitada por la Organización Mundial del Turismo (2001): “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.” Debe entenderse la modalidad turística de ‘turismo de pobreza’, es decir, “el desplazamiento a lugares fuera del entorno habitual” (OMT, 2001), como una práctica no novedosa, ya que surge como tal entre mediados de los años ochenta y comienzos de la década de los 90 del siglo XX (Rolfes, 2009; Outterson y otros, 2011). Sin embargo, y atendiendo a la perspectiva económica que la definición dada anteriormente detalla: “*privilegiados financieramente observan la pobreza de cerca*” (Outterson y otros, 2011, p.39) puede concluirse que existían minorías de adeptos y observadores de estas realidades de desigualdad desde el siglo XIX y que extendieron esta práctica durante las siguientes décadas. Entonces, los actores implicados se encontraban entre las clases altas y adineradas de grandes urbes como París, Londres o Nueva York, dónde algunos ciudadanos con economías más pudientes acudían a suburbios como *Montmartre* en París (figura 2.2.1.) o *Five Points* en Nueva York (figura 2.2.2), al despertarles curiosidad la pobreza, la decadencia, y el alto nivel de miseria entre la que los habitantes de estas zonas vivían (Freire-Medeiros, 2012; Gassan, 2015).

Figura 2.2.1. Artista dibujando la pobreza. Suburbio Le Maquis, Montmartre, Paris (1890)



Fuente: Paris Unplugged (s.f.)

Figura 2.2.2. Boceto de periódico local de 1885.

Neoyorquinos 'respetables' escoltados a través del barrio pobre de Five Points



Fuente: The Broadsheet (s.f.)

Su origen se atribuye a factores como el rápido expansionismo de las ciudades durante el siglo XIX, y los contrastes que de este hecho se originaban. El crecimiento exponencial del comercio y la necesidad imperiosa de obtener mano de obra surgen en contraposición al empeoramiento en las condiciones de vida en las barriadas más empobrecidas de las grandes ciudades con la llegada masiva de trabajadores provocando fenómenos como el hacinamiento y en consecuencia la proliferación de enfermedades. En este contexto las visitas a los tugurios se desarrollan como un elemento de observación y atestiguamiento de las realidades que se generaban en las áreas más empobrecidas y los ambientes más marginales, siempre practicado por personas adineradas, académicos, y pensadores de la época (Freire-Medeiros, 2012; Gassan, 2015).

La realización de estos primeros recorridos de la pobreza o 'slum tours' (terminología anglosajona) supusieron una fuente inagotable de inspiración para renombrados novelistas, artistas, pensadores o filósofos de la época, que contemplaban las situaciones y rutinas de extrema vulnerabilidad, desigualdad, y pobreza con la que muchos de los habitantes de estas zonas convivían. En ocasiones, incluso, plasmaban su rechazo y exigían toma de medidas reformistas y cambios sociales en sus obras, con ánimo crítico además de con una clara intencionalidad activista. Estas acciones en algunos casos surtieron efecto e incluso movilizaron a unas pocas personalidades de la burguesía y aristocracia creando alianzas entre ellos y con los propios autores para impulsar obras de caridad y mejoras en la calidad de vida de un gran número de población vulnerable. Un buen ejemplo de este fenómeno lo protagonizó

Charles Dickens (Reino Unido, 1812-1870), quien, habiendo sido pobre y mano de obra barata desde su más tierna infancia, una vez que alcanzó la fama y una buena posición económica se posicionó como un sólido activista reivindicando derechos y servicios mínimos para la clase más baja de la sociedad victoriana. El autor de *'Oliver Twist'* y de *'Grandes Esperanzas'* denuncia a lo largo de toda su obra la violencia, miseria, injusticia y la doble moral propias de la época. Una de sus acciones de mayor implicación social fue codirigir el proyecto Urania Cottage junto con la aristócrata Ángela Burdett-Coutts a través del cual consiguieron rescatar a más de 100 mujeres de la prostitución callejera y mendicidad (Ince, s.f; Støylen, 2023).

Sin embargo, su origen como categoría turística, y su papel en la generación de actividad y empleo dentro del sector llegó muy posteriormente, en concreto en las décadas finales del siglo XX. Fue a finales de los años ochenta cuando estas tendencias comenzaron a incrementarse, llegando a popularizarse en los años noventa, y como consecuencia del incremento de la demanda, determinados servicios turísticos se especializaron, como por ejemplo ocurrió con los *'slum tours'*, que en su versión más moderna comenzaron a mostrar una parte de la realidad de las *favelas* de Río de Janeiro en Brasil o de los *slums* en Nueva Delhi en India (Rolfes, 2009; Freire-Medeiros, 2012).

En cuanto a la industria turística nacida o reformada al calor de este fenómeno, son en su mayoría los operadores turísticos, con distintos grados de profesionalidad y nivel de conocimiento, los que han proliferado de manera exponencial en las últimas dos décadas, configurando estrategias de marketing alrededor del concepto de la pobreza y de aquellas personas que viven en condiciones de pobreza, y ofreciendo experiencias únicas a aquellos usuarios que desean consumirlas (Rolfes, 2009).

Esta propuesta turística se caracteriza por la necesidad por parte del público que la consume de visitar las zonas más desfavorecidas y empobrecidas de ciudades o áreas en vías de desarrollo (como en los ejemplos ya comentados), o, en casos muy determinados, localizaciones ya ampliamente desarrolladas, pero con barrios específicos o áreas muy concretas en donde se concentran ciertos niveles de desigualdad, vulnerabilidad, pobreza y delincuencia (aunque con elevada presencia policial). Un buen ejemplo son barrios como Harlem o Bronx en la ciudad de Nueva York, que desde el inicio de los años noventa del siglo pasado comenzaron a ver llegar importantes olas de turistas que visitaban sus calles para observar el estilo de vida de los que allí residían, su arte urbano, ceremonias religiosas, y su ambiente cultural (Fainstein y Powers, 2006).

2.3. ACTORES IMPLICADOS Y CARACTERÍSTICAS

A partir de estos conceptos son varios los estudios que han apuntado, para comprender esta tipología turística, hacia una descripción social en la cual prime la muestra de realidad, al establecerse la

autenticidad como finalidad única y/o principal detrás de la motivación turística, colocando además a la posible interacción o a según qué tipo de experiencias reales en una posición de elemento de captación para las empresas que se benefician de esta tipología turística. También se tratan otros enfoques que intentan potenciar la finalidad cultural de estos recorridos, enfatizando en aspectos educativos, de concienciación, amplitud del conocimiento de otras etnicidades, intercambios, etc. (Rolfes, 2009).

Al contrario que sucedía en los comienzos de estas prácticas denominadas ‘de observación’, la tipología de público a la que se dirige esta modalidad de negocio es principalmente internacional, en su mayoría población procedente del norte global, es decir, los países desarrollados y que cuentan con mejores índices de desarrollo social y económico; y, por el contrario, reduciéndose la demanda local a cifras insignificantes (Rolfes, 2009; Freire-Medeiros, 2012).

Se trata, por tanto, de un fenómeno que aunque comparte la base del componente morboso y curioso con los observatorios de realidades crudas y crueles del siglo XIX, no despegó como atracción propiamente turística hasta finales de los años ochenta y comienzos de los años noventa del siglo XX, periodo en el que tímidamente comienza a explorarse esta alternativa turística, pero que, con el cambio de siglo y debido a las fuertes corrientes capitalistas y neoliberales del momento, impulsan como producto turístico algunos aspectos de la pobreza y la miseria de zonas determinadas del sur global. Así los explica en su libro *‘Touring Poverty’* (o *‘Recorriendo la Pobreza’* en español) la socióloga Bianca Freire-Medeiros: *“Con el cambio de milenio, el capitalismo circunscribió la experiencia de la pobreza como un producto para el consumo a través del turismo. En las megaciudades del Sur global, aspectos seleccionados e idealizados de la pobreza asociados con territorios específicos se convirtieron en un recurso turístico con un valor monetario acordado entre promotores y consumidores en el mercado turístico.”* (Freire-Medeiros, 2012, introduction 1).

Los aspectos condicionantes que influyen en el concepto ‘turismo de pobreza’ o *‘poverty tourism’* son diversos y complejos tanto en la forma en la que se presentan individualmente como en la manera en la que se interrelacionan, además de las problemáticas que surgen derivadas de esta práctica (Rolfes, 2009; Freire-Medeiros, 2012; Medina, 2016).

Conceptualmente existe cierta ambigüedad alrededor de esta práctica, que no está exenta de criticismo y juicios morales, dadas las características más intrínsecas de la propia actividad en sí: el morbo, el voyerismo, la sordidez y oscuridad que acompañan a una experiencia social cada vez más extendida y aceptada, y que suma adeptos. La observación desde una posición real de privilegio y ventaja frente a aquéllos que son observados en sus rutinas y luchas en convivencia con la pobreza y todo lo que de ella emana, también se entiende y analiza desde una perspectiva de falta de empatía social y recae sobre

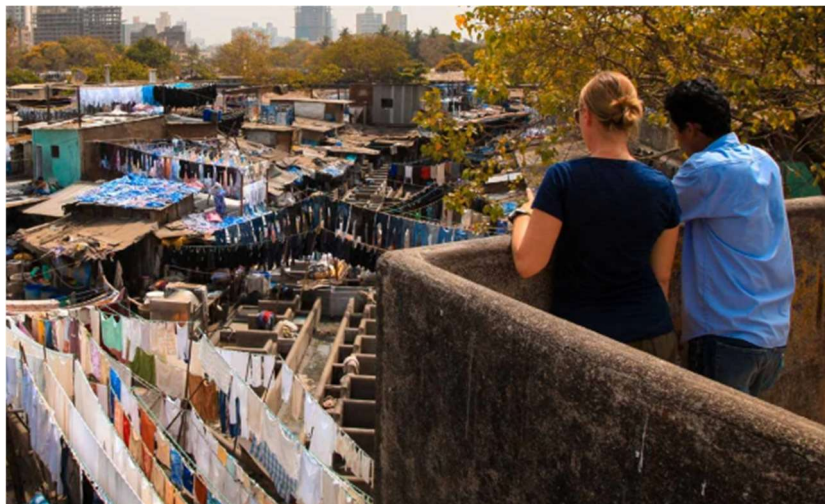
ella cierta carga de enjuiciamiento y crítica tanto por diversos grupos de población como por parte de un sector, el turístico, ya denostado a ciertos niveles por su impacto en el cambio climático y repercusiones sociales como puede ser la crisis de la vivienda (Rolfes, 2009; López, 2019; Crespo, 2021).

Gran parte de esta mirada crítica y de la ambigüedad con la que se trata al turismo que se acerca a la pobreza viene condicionada por la falta de una finalidad concreta en esta actividad, sugiriendo en esencia simplemente la propia pobreza, las insuficiencias y la desigualdad extrema como motivaciones principales para realizar esta variedad de *tours* (Rolfes, 2009; Freire-Medeiros, 2012; Crespo, 2021).

En el siglo XXI fenómenos como el cine y las redes sociales han repercutido poderosamente en el incremento del interés por visitar las barriadas más empobrecidas de ciertas ciudades. Películas como '*Ciudad de Dios*' (2002) y '*Slumdog Millionaire*' (2008) mostraron al gran público en la primera década del siglo la realidad de muchas de las situaciones con las que conviven a diario millones de personas en los suburbios de las grandes ciudades de países que, a pesar de ser grandes potencias económicas, como Brasil e India, continúan experimentando grandes índices de desigualdad y pobreza entre sus poblaciones (Rolfes, 2009; Frenzel y otros, 2012; Crespo, 2021).

El crecimiento desorbitado del uso de las redes sociales en el siglo XXI ha facilitado la expansión exponencial de esta modalidad turística y son una herramienta de marketing y promoción para cualquier destino turístico, llegando a especializar incluso a parte del sector como se observa en la figura 2.3.1.

Figura 2.3.1. Turista junto a guía local observando un *slum* en Nueva Dheli, India



Fuente: Reality Tours & Travel, (s.f.)

Sin embargo, esta instrumentalización muestra una doble realidad para muchos de estos destinos y sus habitantes, y es que, aunque cada vez llegan más visitantes interesados y curiosos por conocer la cotidianidad de su día a día, en muchas ocasiones el interés principal es satisfacer al propio fenómeno que envuelve a las redes sociales o como algunos ya nombran '*alimentar al algoritmo*' (Algoritmia, 2024),

es decir, mostrar en un perfil individual un viaje a un país subdesarrollado o en vías de desarrollo, sin realmente optar por una implicación real por la situación que atraviesan las personas que en esas fotos aparecen, la única finalidad es incrementar el número de seguidores, tratándose de un beneficio individual que no impacta en la mejora de las condiciones de vida de las poblaciones visitadas. Estas acciones, envuelven a términos novedosos como por ejemplo el conocido coloquialmente en la actualidad como ‘postureo’ o ‘*posing*’ en la versión anglosajona, que puede inducir a una serie de factores negativos como acabar retratando a personas, sus casas y vidas como si fuesen parte de un ‘zoo humano’, convirtiendo en exóticas situaciones vitales de extrema dureza como son la pobreza y el hambre, contribuyendo a la estigmatización de determinadas áreas o localidades, cosificando a sus poblaciones, y, por lo tanto, perpetuando el círculo vicioso de la exclusión y la desigualdad, no realizando intervenciones que supongan una ayuda real y directa para la erradicación de la pobreza y las desigualdades, etc. (Bayón, 2014; HuffingtonPost, 2017).

De ambos paradigmas, el cinematográfico y el de las redes sociales, se puede deducir que, en muchos casos, si la intención de realizar *tours* de la pobreza radica en una motivación principal y específica de observar y experimentar en primera persona lo que se ha visto en estas películas concretas o en perfiles de redes sociales, entonces se basa también en el puro y simple morbo de contemplar la pobreza ajena en primera persona. Por lo tanto, la pobreza sería un hecho utilizado como escenario para el diseño de servicios turísticos, y usado con fines de recaudación y lucro (Rolfes, 2009).

Sin embargo, también se puede suponer que existen factores más complejos para la realización de esta actividad, y con finalidades cuyos impactos se traducirían como positivos de alguna u otra forma, como sucede por ejemplo con los viajes con fines educativos y concienciadores (Rolfes, 2009). Las estancias en los campamentos saharauis en el área de Tindouf en Argelia sirven aquí como paradigma, en este caso contarían con un componente solidario, de ampliación de conocimiento a través de los protagonistas, y con una finalidad trasmisora y de concienciación, al tratarse la experiencia de *“relacionarse con el hospitalario pueblo saharauí y conocer de primera mano el conflicto del Sahara”* (Asociación Amistad Saharauí, s.f.).

Estos viajes hasta los campamentos de refugiados saharauis en muchas ocasiones únicamente envuelven una labor educativa desde una perspectiva de concienciación y como herramienta que propague y dé voz a su historia ante la realidad de este pueblo y su difícil situación social y política. Ofrecen estancias relativamente cortas, una o dos semanas como máximo a ciudadanos sin especializaciones concretas, por lo tanto, no van con un fin colaborativo ni a realizar un voluntariado para un proceso de desarrollo concreto, ni a una misión humanitaria. Los viajeros conviven con familias

saharauis en comunidad durante esa breve estancia para vivir la experiencia de su rutina y situación cotidianas, en las mismas condiciones en las que habitan estas poblaciones, no simplemente para observarlas. (Asociación Amistad Saharaui, s.f.; UNHCR ACNUR, 2016). Por lo tanto, se extrae también de la configuración de esta modalidad turística que existen motivaciones de cortes diversos, como culturales e histórico-políticos, ya que en muchas de estas zonas han surgido importantes movimientos civiles, revoluciones, creación de géneros artísticos, hechos políticos e históricos, etc. (Rolfes, 2009).

Tras el estudio de ambos enfoques, el que persigue la materialización de la propia satisfacción personal por morbo y/o curiosidad, así como el que tiene una visión más social, analítica y de exploración; y sus localizaciones paradigmáticas, se puede razonar que algunas versiones son consideradas plausiblemente éticas e incluso positivas para la vida y desarrollo de la población visitada (Powys-Whyte, Selinger y Outtersson, 2011).

El turista procedente en su mayoría del denominado norte global, combina factores relativos a la curiosidad, la ampliación de conocimiento, la sordidez, y el morbo configurándose una excusa perfecta ante la explotación de la dignidad y condiciones de vida de personas que viven en condición de exclusión social y con amplias limitaciones en su día a día como resultado de la escasez continua y profunda de necesidades básicas: *“En principio, los turistas están interesados en experimentar la complejidad y diversidad del destino visitado, por lo que la pobreza no es siempre el único motivo para participar en dichos viajes. Todas estas observaciones son ciertas. Sin embargo, por qué y en qué medida la sordidez, la pobreza o las desventajas socioeconómicas parecen apropiadas para servir a estas motivaciones, plantea una cuestión muy interesante desde un punto de vista epistemológico.”* (Rolfes, 2009, p. 423). Sin embargo, no existe un consentimiento, acuerdo o aclaración específico ni aparentemente tácito, de hasta qué punto ambas partes han pactado la actividad, el nivel de exposición de otros aspectos que brotan al calor de la pobreza como la marginalidad, el grado de desventaja socioeconómica al que el turista va a ser expuesto, explotación, revolución, protestas, brecha de género y cultural, etc. (Cicci e Hidalgo 2012; Medina, 2016).

Basándose a su vez en la observación de ciertas áreas y dependiendo de qué público comprenda a los observadores (visitantes), se pueden diferenciar grados de pobreza, y podrá ser ésta definida de una manera u otra y por lo tanto abordada también de maneras diversas, ya que la perspectiva del observador determinará por sus propias experiencias y situaciones vitales, si lo que está contemplando representa pobreza o no según su criterio (Rolfes, 2009). En este punto se debe además comprender que se ha de diferenciar entre dos tipos de observación, la denominada como observación de primer orden (*first-order observation*) refiriéndose a la que indica lo que se observa únicamente mediante un nombre; y la observación de segundo orden (*second-order observation*) que se trata de una observación de la primera

observación, es decir, de la observación de primer orden, la cual contempla más detalles (Rolfes, 2009, pag.424). En el caso de la observación de la pobreza y sus componentes, el tipo de observación de primer orden se podría aplicar a los recorridos turísticos en áreas empobrecidas, encontrándose en primer plano o en el foco principal la pobreza en sí misma. Esa misma escena, desde una observación de segundo orden, reflejaría otras temáticas diversas alrededor de ella como son la cultural, la relativa a la autenticidad, la realidad de la complejidad de esa ciudad específica, etc. (Rolfes, 2009).

Retomando la cuestión a considerar de las problemáticas que apuntan directamente al consentimiento y al consenso implícito o explícito por ambas partes, las empresas y la población que habita en estos barrios, sectores o países acceden a planteamientos de explotación turística de su propia situación individual o colectiva para poder subsistir, a pesar de incluso en ocasiones haber encontrado mecanismos para romper con ciertos patrones de subordinación propios de las épocas coloniales (Powys-Whyte, Selinger y Outtersen, 2011). Por su parte, el segmento rico, es decir, los visitantes procedentes de países que han alcanzado índices óptimos de desarrollo, y que consensuan y aceptan la instrumentalización de la pobreza para satisfacer sus hábitos de consumo y su curiosidad; obtienen constantes críticas por ello tanto en medios de prensa y comunicación, ya sean ordinarios o especializados (Rolfes, 2009).

En el caso de la actuación de la propia industria, las empresas turísticas se especializan en la comercialización de la pobreza como bien de interés turístico y aprovecha su potencial como recurso turístico para explotar (Freire-Medeiros, 2012). Alineándose con esta idea, destaca el hecho de que la industria turística confecciona cuestiones como los niveles de pobreza y marginalidad que se deben mostrar, la peligrosidad de la zona y sus periferias, puntos estratégicos de observación, qué aspectos se pueden comercializar, qué vertientes de la pobreza pueden ser más rentables de explotar, qué nivel de profundidad en estas cuestiones puede soportar o 'disfrutar' o 'sentir atracción por' la mentalidad del turista objetivo, etc. Para ello se han de diseñar recorridos concretos que en muchos casos han de monitorizarse con asiduidad ante la aparición de peligros repentinos, protestas, el crecimiento de algún fenómeno negativo como la prostitución, etc. (Rolfes, 2009). Dependerá de la profesionalidad y conocimiento, áreas, condiciones sociopolíticas, participación ciudadana, etc., lo que la industria turística diseñe para el consumo. Los productos turísticos ofrecerán visiones que atenten o respeten a la población y a sus circunstancias instrumentalizando su dignidad, su vergüenza, su condición de personas racializadas, o de víctimas e incluso se romantizará su situación de pobreza extrema (Rolfes, 2009; Freire-Medeiros, 2012).

Una vez analizadas las dos perspectivas principales que se manifiestan a partir de la relación que se establece entre pobreza y turismo, tanto desde el enfoque sumatorio y de aporte y beneficio para ambas partes, como desde una visión más crítica y valorativa con una óptica moral; este trabajo pasa a centrarse a continuación en el análisis de tres casos identificados como relevantes para la obtención de datos y extracción de conclusiones sobre la relación entre la pobreza y el turismo, así como también se presentarán los datos obtenidos de la realización de una encuesta.

CAPÍTULO 3. IMPACTOS Y CONSECUENCIAS DEL TURISMO DE POBREZA

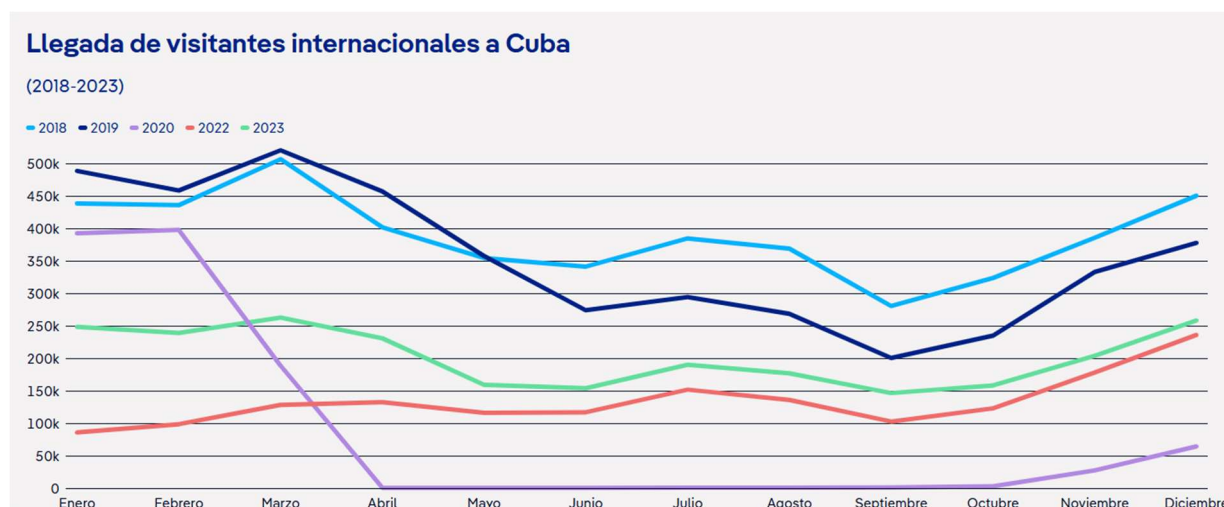
La instrumentalización de la pobreza promovida por y desde la industria turística supone el punto de partida para otras realidades sociales en los destinos donde esta tipología turística cuenta con especial presencia. Dependiendo del contexto social, histórico, político, económico y religioso del destino surgen diversas problemáticas que proliferan alrededor de este fenómeno. Así, por ejemplo, el sector turístico ha conseguido adaptarse a contextos variados en países como Sudáfrica, Cuba, India o Senegal, y las realidades resultantes de las actividades turísticas que se realizan en estos destinos también varían. Sin embargo, en todos los casos se observan factores comunes: perpetuación de pobreza, estigmatización de zonas o población local, explotación, falta de oportunidades reales e igualatorias, etc. Los siguientes apartados se centran en la descripción de tres paradigmas como son Cuba, África Occidental y Sudáfrica.

3.1. CASO CUBA. PERPETUACIÓN DE LA POBREZA Y CIRCUNSCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN

La República de Cuba, situada en el mar Caribe, es una isla cuyo Producto Interior Bruto (PIB) se sustenta en su gran mayoría en el sector servicios representando el 80% del total, la industria supone un 18% y la agricultura y la pesca un 2% (Oficina de Información Diplomática, 2023). En concreto el turismo o las actividades derivadas o relacionadas con este sector suponen la segunda aportación más potente al PIB nacional y la tercera fuente de entrada de divisas al país tras los servicios profesionales y las remesas (ONEI, 2024). El país se encuentra sumido en una profunda crisis económica y social como consecuencia de las políticas comunistas y la gestión interna del país, así como también de los bloqueos internacionales impuestos al territorio cubano (Muñoz, 2024 y La Joven Cuba, 2025). La industria turística se ha configurado como un salvavidas para la economía cubana desde la caída de la URSS a finales de los años ochenta del siglo XX, suponiendo este hecho la pérdida del mayor apoyo internacional del estado cubano, momento en el que el gobierno de Fidel Castro opta por canalizar la mayor parte de la inversión nacional hacia la industria turística. Sin embargo, y a partir de haber experimentado unos años de relativo crecimiento económico, aunque sin impactos significativos en la sociedad civil, a partir del año 2020 la situación se ha precipitado y recrudecido significativamente, no habiendo alcanzado las cifras

obtenidas en los últimos años antes del estallido de la pandemia mundial del COVID-19, tal y como se observa a continuación en la figura 3.1.1. (Muñoz, 2024 y La Joven Cuba, 2025).

Figura 3.1.1. Llegada de turistas internacionales a Cuba entre 2018-2023



Fuente: ONEI, (2024)

En la actualidad, la industria turística cubana se caracteriza fundamentalmente por una gestión monopolizada a través del Grupo de Administración Empresarial de las Fuerzas Armadas (GAESA), falta de desarrollo, retroceso en términos de calidad, dificultades en el mantenimiento y el suministro de la energía eléctrica, y la constante escasez de productos básicos de alimentación como, por ejemplo, los huevos (Diario de Cuba, 2023; Muñoz, 2024 y La Joven Cuba, 2025).

Son varias las voces de expertos que apuntan hacia una reforma estructural para poder comenzar a poner soluciones a esta desalentadora situación, redefiniendo el sistema socioeconómico, e implantando políticas con visiones a largo plazo (Diario de Cuba, 2023; La Joven Cuba, 2025).

Este trasfondo de crisis socioeconómica convive de manera simultánea con la llegada permanente de turistas procedentes en su mayoría del norte global, principalmente ciudadanos canadienses sumando casi un 38,5% del total anual (ONEI, 2024). La población cubana cuenta con décadas de experiencia en esta situación de coexistencia que muestra dos caras completamente opuestas de la realidad dentro de la isla. Por un lado, la llegada ininterrumpida de turistas, y en paralelo, un alto porcentaje de problemáticas socioeconómicas, además de gran drasticidad del régimen comunista (implantado en la isla desde el año 1959) en materia migratoria, que, a pesar de flexibilizarse en 2013, sigue siendo inaccesible más allá de las reducidas élites cercanas al gobierno (Rhodes, 2017).

Debido a esta situación de desequilibrio dentro del mismo territorio el papel de gobiernos, turistas y empresarios occidentales provenientes de naciones con políticas capitalistas (con presencia directa o

indirecta en la isla) ha sido motivo de análisis. El final de la Unión Soviética en 1989 supone también el fin del principal medio impulsor de la economía cubana hasta la fecha, la cual se sostiene gracias a los subsidios soviéticos. La permanencia y estabilidad del gobierno de la República de Cuba tras la caída de la Unión Soviética se cimienta en los ingresos que aporta el sector servicios, y en gran medida en la industria turística. Sin embargo, la apertura turística hacia los países occidentales no conlleva una mejora sustancial en la calidad de vida o bienestar de la población (Isern y Martín, 2021).

En los últimos treinta y cinco años, la industria turística en Cuba se ha consolidado como un gran motor económico nacional. Existen varios actores que combinados entre sí han facilitado la configuración de la industria turística cubana, éstos son: turistas con prosperidad económica y procedentes de países de renta media o alta, inversores internacionales, un gobierno nacional permisivo y acogedor con la inversión extranjera proveniente de estados democráticos y liberales, y una población local con severas necesidades y restricciones en materia migratoria (Isern y Martín, 2021). Cabe destacar el dato que según fuentes oficiales el salario mínimo interprofesional (SMI) en Cuba es de 2100 pesos, lo que equivale alrededor de 85 euros mensuales (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 2020; Datos Macro, 2024). La combinación e interacción entre actores nacionales y globales con motivaciones muy dispares puede impulsar el establecimiento de relaciones caracterizadas por una profunda asimetría, no solo relativas a cuestiones de intercambio de materiales y servicios, sino también en materia ético-institucional. La entrada masiva de divisas a través de turistas desde 1990 provenientes de democracias liberales de los países del norte global muestran el resultado de la producción capitalista occidental de las décadas anteriores, que cristaliza en la explosión del sector turístico y en su caracterización en zonas de incremento de desigualdad y pobreza (Rhodes, 2017). En la imagen mostrada a continuación, figura 3.1.2, se observa una típica fotografía de un turista con mujeres vestidas con la indumentaria típica isleña.

Figura 3.1.2. Turista posando para una foto con mujeres cubanas con indumentarias típicas



Fuente: Diario de Cuba, (2023)

Dada la alta competitividad regional y las grandes semejanzas en la oferta de países cercanos como República Dominicana, Haití, Jamaica, Puerto Rico, las Bahamas o Aruba; el régimen de Fidel Castro se basó principalmente en un aspecto para desarrollar el sector turístico en el país y alcanzar su sostenibilidad y estabilidad en el tiempo: la promoción de un territorio estable política y socialmente. El gobierno de la república ha presumido así de muy bajos índices de violencia, crimen y delincuencia a través de sistemas de alto control y desactivación de la resistencia (encarcelamientos, exilios, pobreza, etc.); además de, una oferta competitiva con precios relativamente baratos (Simoni, 2018; Isern y Martín, 2021).

Sin embargo, el auge y la acogida del turismo de masas continúa despertando gran controversia y confusión por parte de la población local. Su presencia en ocasiones se percibe como un obstáculo en la carrera por la libertad y hacia la democracia, al tratarse de una potente fuente de ingresos para las instituciones gubernamentales. No obstante, la realidad muestra la dificultad que supone luchar contra el sustento directo o indirecto de millones de personas. En sus orígenes gozó de una amplia acogida al materializarse como un rescate ante el colapso económico del país, tras el desplome del PIB en 1990 en casi un 45% y su comercio exterior en un 75%. En la actualidad, un alto porcentaje de la población no se plantea su grado de satisfacción con respecto a la industria turística en su país, sino que lo visualizan como un soporte ante un tejido social debilitado, la proliferación del hambre, la escasez de servicios y bienes básicos, y un profundo sentimiento nacional de desesperación (Simoni, 2018; Rutenborg, 2020). Así por ejemplo lo muestra la siguiente imagen (figura 3.1.3.) en la que se observa a un vendedor ambulante ante unos turistas, tratando de buscar su aportación económica diaria.

Figura 3.1.3. Vendedor ambulante en una playa turística de Cuba



Fuente: Cubadebate, (2017)

En la actualidad, la realidad de Cuba está marcada por un elevado grado de desigualdad y pobreza, con casi un 90% de la población viviendo en situación de pobreza extrema (Observatorio Cubano de Derechos Humanos, 2024). Entre otros aspectos, esta realidad es el resultado de la monopolización estatal, con numerosas alianzas comerciales y empresariales con las instituciones cubanas. El gobierno, mediante sus organismos, percibe la gran mayoría de los ingresos provenientes de la industria turística y de otros sectores empresariales, mientras que la ciudadanía, a través de un reparto difuso y minoritario, percibe una mejoría relativa (Simoni, 2018; Rutenborg, 2020; Isern y Martín, 2021).

Este contexto de turismo internacional de masas, a través del cual los turistas continúan aterrizando en Cuba y mostrando poco nivel de implicación e incluso cierta indiferencia ante la problemática que lleva décadas atravesando el país, acaba favoreciendo la perpetuación de asimetría y desigualdad entre la población local de un país en el que el gobierno es el principal beneficiario de la inversión y la entrada de divisas extranjeras (Simoni, 2018; Rutenborg, 2020; Isern y Martín, 2021).

3.2. CASO ÁFRICA OCCIDENTAL: SENEGAL Y GAMBIA. TURISMO SEXUAL

Senegal y Gambia (oficialmente República de Senegal y República de Gambia) son dos países vecinos ubicados en la costa noroccidental africana (Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, s.f.). Todo el territorio de Gambia está bordeado por Senegal excepto los 80 kilómetros de costa que acceden al Océano Atlántico. Su territorio está atravesado por el río Gambia, el cual se utiliza como frontera natural intranacional para dividir el norte del sur del país. Senegal, con una extensión casi veinte veces superior a la de Gambia, limita con países como Mauritania, Mali, Guinea-Bissau, y Guinea-Conakry, además de con el Océano Atlántico (Senegambia, 2025). Ambas naciones funcionaron como enclaves coloniales de potencias europeas fundamentales principalmente en los procesos de tráfico de esclavos entre los siglos XVII y XIX. Reino Unido fue potencia colonial en el caso de Gambia durante tres siglos, y Francia en el caso de Senegal, considerándose como su colonia más antigua en África. Las dos naciones consiguieron declarar su independencia en la década de los sesenta del siglo XX (Centro de Recursos Africanistas, s.f.).

En ambos países la situación vital de gran parte de la población civil permanece en niveles bajos o muy bajos de desarrollo, expuesta incluso a condiciones de pobreza extrema en los dos casos, superando el 10% de la población en el caso de Senegal, y el 18% en el caso de Gambia; siendo ambos resultados calculados mediante la tasa de incidencia de la pobreza sobre la base de 2,15\$ diarios por persona establecida en 2017 (World Bank, 2024). Además, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) arrojó datos en su último informe sobre el desarrollo humano global, situando tanto a Gambia como a Senegal en el grupo de menor desarrollo mundial, y ambos ubicados entre los treinta países con

menor desarrollo de un listado de más de 190 países, con un valor de 0,517 para Senegal y 0,495 para Gambia (PNUD, 2025).

En cuanto a cuestiones relativas al desarrollo, con la finalidad de enfrentar y frenar las consecuencias de la pobreza, esta región africana cuenta desde hace décadas con relevantes planes estratégicos, de colaboración y de cooperación con importantes organismos e instituciones, como puede ser la Unión Europea. Las alianzas de cooperación oficial y las actuaciones de ayuda oficial al desarrollo ofrecen datos que las posicionan como relevantes herramientas de lucha contra la pobreza y la desigualdad en la región. Sin embargo, existen autores como Manzanedo (2011) que discrepan sobre la calidad de estos aportes e intervenciones no siendo tan favorables como cabría esperar. De hecho, algunas acciones y acuerdos promovidos desde el ámbito de la cooperación para el desarrollo han favorecido la explotación de recursos pesqueros beneficiando a flotas europeas, entre otras, con repartos de beneficios muy descompensados hacia la población local. En este sentido, se observa un círculo de perpetuación de desigualdades y se genera más vulnerabilidad y exclusión entre la población local, al dificultarse su acceso al mercado laboral, además de prolongar los niveles de dependencia (Manzanedo, 2011).

En ambas naciones la falta de oportunidades laborales en sectores fundamentales como la ya comentada problemática existente en el ámbito pesquero, ha coexistido en paralelo con el fenómeno de la llegada y del aumento del turismo. La industria turística en Senegal se ha desarrollado desde los años 70 del siglo XX, aunque su consolidación tuvo lugar con el inicio del nuevo siglo (Sene-Harper, 2020), llegando a recibir 1.370.000 visitantes en el año 2017 (World Bank, s.f.). Se trata de la segunda industria que más contribuye al crecimiento económico del país después de la pesquera (Sene-Harper, 2020). En el caso de Gambia su apertura ha sido posterior y su trayectoria se ha manifestado de manera más lenta, aunque una vez consolidado su crecimiento ha sido muy relevante representando en la actualidad el 80% de las exportaciones nacionales. (Por mil millones de africanos, 2019). Los primeros viajeros comenzaron a llegar entre finales de los años 60 y comienzos de los años 70, y aunque experimentó un incremento porcentual exponencial entre 1975 y 1980, especialmente de población procedente del Reino Unido, lo golpes de estado ocurridos tanto en 1981 como en 1984 supusieron un gran impacto en la afluencia turística y determinaron la desaparición de la mayoría de los operadores turísticos extranjeros que operaban en el país. A partir de la década de 2010 en adelante la llegada de turistas internacionales vuelve a reactivarse, despuntando incluso más desde la caída del régimen de Yahya Jammeh en 2017 (Por mil millones de africanos, 2019).

En ambos casos destaca la conexión establecida con visitantes mayoritariamente procedentes de las antiguas potencias coloniales, recibiendo Senegal en su mayoría población visitante de Francia (60% de

la totalidad) y en segundo lugar de Bélgica. En el caso de Gambia, el país recibe turistas del Reino Unido mayoritariamente, facilitando esta situación además las relaciones turísticas entre todos los actores implicados debido a la eliminación de la barrera idiomática (Por mil millones de africanos, 2019; Sene-Harper, 2020).

La realidad en ambos países, a pesar del nivel de crecimiento del sector turístico, muestra elevadas tasas de desempleo entre la población joven, precariedad salarial, severas problemáticas relacionadas con el desarrollo y el crecimiento económico, y grandes bolsas de población emigrante (World Bank, 2024; Senegambia, 2025). Estas situaciones en combinación con la experimentada en el ámbito turístico y su crecimiento, ha favorecido la aparición de otras alternativas de naturaleza ilegal, como es el caso de la prostitución originada por la demanda de turismo sexual (Venables, 2009; Sene-Harper, 2020; Báez-Martínez y otros, 2023).

En el caso de los dos países el principal reclamo turístico es el sol y la playa especialmente en los meses de invierno en Europa, aunque también existe un componente de atractivo cultural y medioambiental, las mayores inversiones relativas al desarrollo turístico se han llevado a cabo en las regiones costeras. (Sene-Harper, 2020). Destacan en estas áreas ciudades del litoral como Saly, en la región de Petite Côte, en Senegal, famosa por sus playas, pero también muy popular entre grupos de turistas con edades superiores a los 50 años, de público tanto femenino como masculino, y que viajan en grupos, o dúos de amigos, e incluso en solitario, pero con evidente segregación de género. La ciudad ha obtenido la fama de contener las denominadas como cuatro 'S', en referencia a los términos anglosajones '*sun, sea, sand, and sex*' (en español serían: 'sol, mar, arena y sexo') (Puentes, 2022).

En estas ciudades costeras se concentran la mayoría de los complejos hoteleros, especialmente en las zonas cercanas a la playa, donde se observan de manera permanente grupos de hombres y de mujeres de jóvenes locales. Las mujeres suelen tener más presencia en las horas tardías de la jornada, y se concentran cerca de los bares y hoteles próximos al litoral. Los hombres, sin embargo, cuentan con gran presencia durante las horas del día cuando hay claridad, y se ubican principalmente en la playa para hacer deporte individualmente o jugar en grupo al fútbol. Entre ellos se conocen, suelen ser amigos o familiares (Venables, 2009; Bertels, 2017). La población visitante, por el contrario, concentra tanto a hombres como mujeres de origen occidental y avanzada o mediana edad en su gran mayoría. Se entablan dinámicas de conversación e interacción con gran facilidad entre la población receptora local y joven y los grupos o individuos de ciudadanos occidentales, muchos incluso se conocen de visitas previas a tierras africanas. En las inmediaciones de los paseos marítimos de ciudades populares para el turismo ubicadas en el litoral de Senegal y Gambia se encuentran habitualmente parejas con significativa diferencia de edad y visible distinción en lo que respecta a su origen étnico, comprando, paseando juntos

o disfrutando de la gastronomía local en restaurantes de la zona, tal y como se muestra por ejemplo en la imagen denominada figura 3.2.1.

Figura 3.2.1. Pareja de paseo por una playa en Gambia.



Fuente: World of Transport Travel (2014)

El contexto sexual que se genera alrededor de la llegada de ciertos grupos de población del norte global a países como los citados ha incluso empujado a sus gobiernos a tomar decisiones que reconduzcan la imagen turística de sus países en el exterior vinculada a la prostitución o al turismo sexual. Además, algunas de estas naciones han intentado establecer alianzas con los países en origen proveedores de turistas para que se impliquen en la concienciación de su población y modifiquen la visión de búsqueda de disfrute sexual, siendo por ejemplo este el caso de Gambia (The Telegraph, 2022). Asimismo, lo comunicaba a *The Telegraph* en 2022 el director del Patronato de Turismo en Gambia, Abubacarr S. Camara: *“What we want is quality tourists that come to enjoy the country and the culture, but not tourists that come just for sex.”* (la traducción al español es: “queremos turistas de calidad que vengan a disfrutar del país y de su cultura, no turistas que vengan solo por sexo”). En esta publicación también expresó el deseo de la nación gambiana y de su sector turístico de desvincularse de la imagen de paraíso sexual para personas de la tercera edad, haciendo especial referencia a la comunidad británica de mujeres en edad anciana, y llegando a describir la situación como: *“real-life Tinder dream for geriatrics”* (traducción al español como: “el sueño real de Tinder para los geriátricos”). Pretendiendo frenar esta realidad e intentando implementar soluciones, una comitiva oficial de Gambia, encabezada por el Ministro de Turismo Hamat Bah, se desplazó en 2022 a Reino Unido con la intención de buscar un camino común y beneficioso tanto para el sector turístico de Gambia como para el británico, así como para trabajar en

estrategias que desde las instituciones y los operadores turísticos consigan poner el foco en la cultura, patrimonio y ecosistemas de Gambia como reclamo turístico (The Telegraph, 2022).

La presencia del turismo en estas áreas geográficas no parece contribuir a un crecimiento económico sostenible, ni a un desarrollo social de las zonas ni sus poblaciones. Por el contrario, se trata de una actividad que aparentemente facilita la perpetuación de las situaciones de vulnerabilidad y prolongación de la exclusión, desigualdad y pobreza (Puentes, 2022; The Telegraph, 2022; Báez-Martínez y otros, 2023).

3.3. CASO SUDÁFRICA. ESTIGMATIZACIÓN DE BARRIOS Y COMUNIDADES

La República de Sudáfrica se encuentra en el extremo más meridional del continente africano y su extensión se acerca a la que tendrían España y Francia juntas, superando los 1,2 millones de kilómetros cuadrados. Sus costas están bañadas por el Océano Atlántico y el Índico y cuenta con una rica biodiversidad y variados ecosistemas, además de destacar por ciudades vanguardistas, peculiares aldeas, y un rico patrimonio histórico y cultural (South Africa Specialist, s.f.; Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, 2022).

La nación sudafricana es un estado soberano, cuyas primeras elecciones democráticas se vivieron en 1994 tras la caída del régimen de segregación racial que la afectaban tanto a ella como a la nación vecina de Namibia. Cuenta con once idiomas oficiales y una población que supera los 62 millones de personas con gran diversidad cultural y de origen étnico (South Africa Specialist, s.f.; Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, 2022).

Históricamente ha sido colonia de potencias europeas como Países Bajos y Reino Unido y ha tenido gran relevancia en las rutas comerciales de Portugal y Alemania. Los principales recursos minerales sudafricanos son el oro, el platino y los diamantes, los cuales han resultado objetivo de políticas extractivistas y motivo fundamental de enfrentamientos y conflictos bélicos entre población local y los gobiernos coloniales, así como entre las propias potencias europeas (South Africa Specialist, s.f.).

En lo que respecta al ámbito económico Sudáfrica es la mayor economía de África, y es considerada como la nación más desarrollada y estable dentro del continente. Además, forma parte del grupo de los BRICS, principal alianza de las economías emergentes mundiales, siendo la última potencia en incorporarse en el año 2010, después de Brasil, Rusia, India y China (CEOE, 2018).

Sin embargo, y a pesar de su potencial y de sus datos económicos, Sudáfrica cuenta con elevadas tasas de desigualdad y pobreza, tratándose de un territorio en el que el 10% de la población acumula el 80% de la riqueza. El impacto de la pobreza es sufrido en su mayoría por población negro-africana, con un

57% de esta población experimentando uno o varios indicadores de desigualdad según el Índice de Desarrollo Humano de Naciones Unidas, y un 15% de la población sobreviviendo en condiciones de pobreza extrema; contrastando así con el 2,1% de población blanca que vive en esta situación (Swiss Info, 2022). De hecho, el Banco Mundial en 2022 determinó que “ El factor racial es responsable de 41% de la desigualdad de ingresos y 30% en la educación” (World Bank, 2024).

Retomando su contexto histórico-social, se ha de mencionar el hecho de que la nación sudafricana experimentó las severas políticas de segregación racial aplicadas mediante el racismo institucional durante cincuenta años, a través del sistema denominado Apartheid (South Africa Specialist, s.f.). Este hecho ha sido determinante, y continúa siéndolo, en la estructuración social de la población sudafricana, las zonas que habitan, los colegios a los que acuden los niños, las áreas en las que conviven y se esparcen socialmente, etc. Se considera un hito fundamental para comprender el contexto de convivencia nacional y la configuración social del país, así como sus realidades demográficas, económicas, culturales, etc. (South Africa Specialist, s.f.; Naciones Unidas, 2007).

Tal y como se ha comentado en el trabajo anteriormente, la economía sudafricana goza de reconocimiento internacional, y es considerada la más desarrollada del continente africano. Su estabilidad y crecimiento se sustentan en sectores como el agrícola y ganadero, la industria, el sector financiero, el sector comercial, el energético y el turístico, aportando este último en concreto un 9% anual al Producto Interior Bruto nacional (World Bank, 2024).

La industria turística lleva décadas gozando de relevante solidez y estabilidad en el país africano, despuntando considerablemente a partir del final del Apartheid. Se centra en potenciar el ámbito cultural, el contacto con el medio natural especialmente mediante los safaris y experiencias al exterior, de aventura, y gastronómico-vinícola. Dentro de sus líneas estratégicas de desarrollo del sector se potencia especialmente el ecoturismo y las alternativas de turismo sostenible (Department of Tourism Republic of South Africa, s.f.; Albasud, 2022).

Otra realidad turística también ha emergido en los últimos años a la vez que crecía el sector turístico y aumentaba su aportación económica tanto a instituciones gubernamentales como a empresarios individuales, es el turismo que muestra la pobreza y las desigualdades en la Sudáfrica post-apartheid (Albasud, 2022). Esta modalidad, como ya se ha explicado anteriormente en este trabajo, se basa en recorridos o tours turísticos que se plantean como reclamo turístico en muchas ciudades, con el objetivo de mostrar las zonas más empobrecidas y las rutinas diarias que en estas zonas suceden enfocándose en la perspectiva de segregación racial y desigualdades por cuestión de raza, que continúan afectando

a la población y que son parte de la herencia o huella social que legó el Apartheid después de cinco décadas en el país (Saayman y otros, 2012).

En el caso de Sudáfrica la principal característica de estos recorridos es su idiosincrasia racializada. Su diseño consiste en mostrar asentamientos humanos que reflejen la exclusión social y la degradación económica, por lo tanto, la inadecuación para residir de la zona, en los barrios más pobres de población negro-africana de la ciudad (Saayman y otros, 2012). Según las Naciones Unidas estos asentamientos se caracterizarán por sus condiciones de vida inadecuadas cuando muestren: “ acceso inadecuado a agua potable, a saneamiento y otras infraestructuras, viviendas con estructuras de calidad pobre, superpoblación, situación residencial insegura” (UN, 2003, p.12).

En muchos casos parece reflejarse como motivación principal por parte de la población visitante el ampliar y descubrir motu proprio el conocimiento sobre la cultura de determinadas áreas. Como paradigma de esta realidad está el caso de Ciudad del Cabo en Sudáfrica donde todavía se ven reflejadas las realidades segregacionistas secuela de los años de Apartheid. No necesariamente con una muestra concreta de la pobreza o de las condiciones de higiene, salubridad o vivienda de su población (Saayman y otros, 2012). Así sucede por ejemplo en zonas muy concretas de Ciudad del Cabo, donde en muchos barrios todavía se contempla la segregación racial heredada de la época del Apartheid. A continuación, se pueden observar varias imágenes de turistas realizando los *township tours* (como se denominan en Sudáfrica) o recorridos de las zonas empobrecidas de la ciudad. (figura 3.3.1. y figura 3.3.2.) (Department of Tourism Republic of South Africa, s.f.; Saayman y otros, 2012; Albasud, 2022).

Figura 3.3.1. Grupo de turistas visitando un barrio de Ciudad del Cabo



Fuente: My Cape Town Stay (s.f.)

Figura 3.3.2. Grupo de turistas visitando casas de chapa en Ciudad del Cabo



Fuente: Baja Bikes (s.f.)

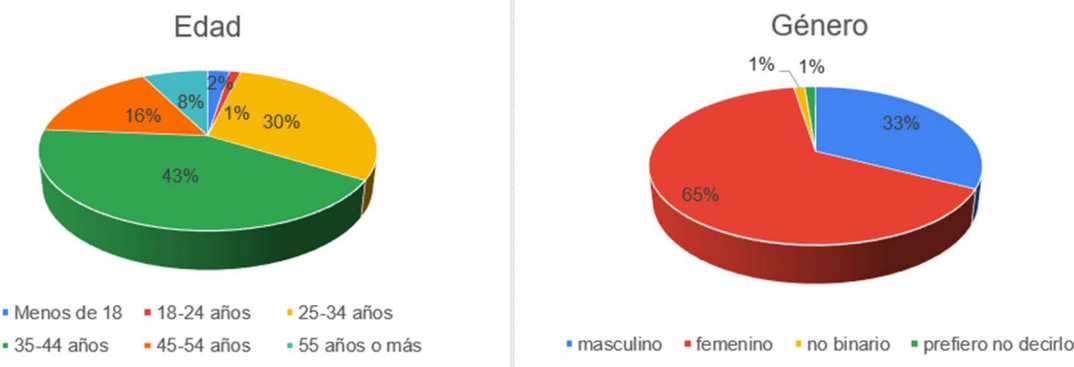
La conclusión que se puede extraer de estas dinámicas establecidas entre población visitante y los barrios receptores es la de una situación de asimetría y desigualdad. Los turistas buscan ampliar conocimiento in situ en un museo al aire libre en el que habitan personas reales con grandes carencias de servicios básicos además de verse expuestos a la prolongación de una situación de segregación racial heredada de sus antepasados.

3.4. ANÁLISIS DE DATOS

Una vez examinados los tres casos de realidades turísticas que presentan situaciones de vulnerabilidad y falta de balance entre los actores implicados, y profundizado en otros aspectos que surgen a raíz de las desigualdades generadas; este estudio ha pasado a centrarse en la realización de una encuesta de 31 preguntas con una muestra de 80 personas. Su finalidad se basa en la obtención de datos sobre el nivel de conocimiento que tiene la población en general de la problemática abordada en este trabajo, así como la percepción y motivaciones que puede tener la sociedad ante este tipo de prácticas turísticas y de su impacto en las zonas de destino, además de invitar a los participantes a la reflexión, si así procede, sobre sus propios hábitos turísticos y a la consideración de modificaciones o repensar nuevas acciones que conlleven impactos y consecuencias más sostenibles.

Con respecto a la variante sociodemográfica la información obtenida muestra los siguientes datos (figura 3.4.1, figura 3.4.2). El mayor porcentaje de encuestado, un 73%, se concentra entre los 25 y los 44 años. La mayor parte de la población encuestada, 52 personas, pertenecen al género femenino, lo que se traduce en un 65%.

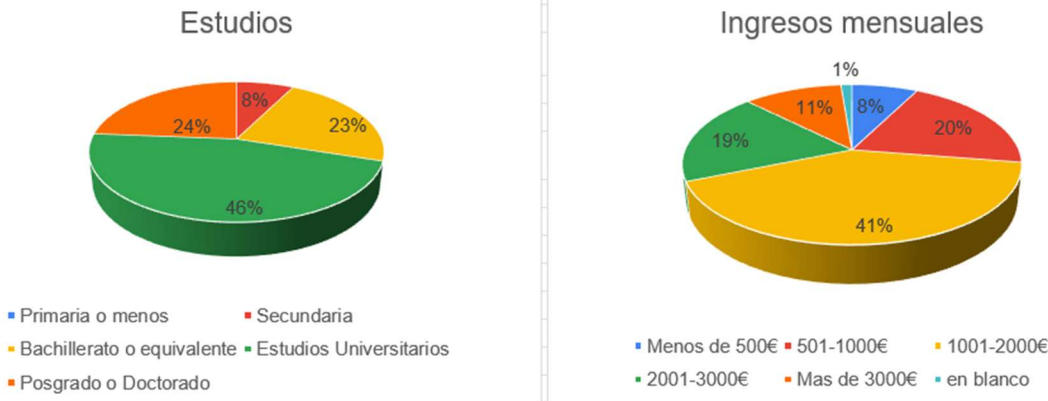
Figura 3.4.1. Edad y Figura 3.4.2. Género



Fuente: elaboración propia en Excel a partir de datos recogidos en Google Forms

Se trata de una muestra con un 70% de los encuestados con estudios superiores universitarios, bien sean de grado o de posgrado, y un 23% con estudios de bachillerato o un nivel equivalente. El ingreso mensual predominante oscila entre los 1.001 a 2.000 euros, según confirma el 41% de las respuestas, así lo muestran los siguientes gráficos (figura 3.4.3, figura 3.4.4).

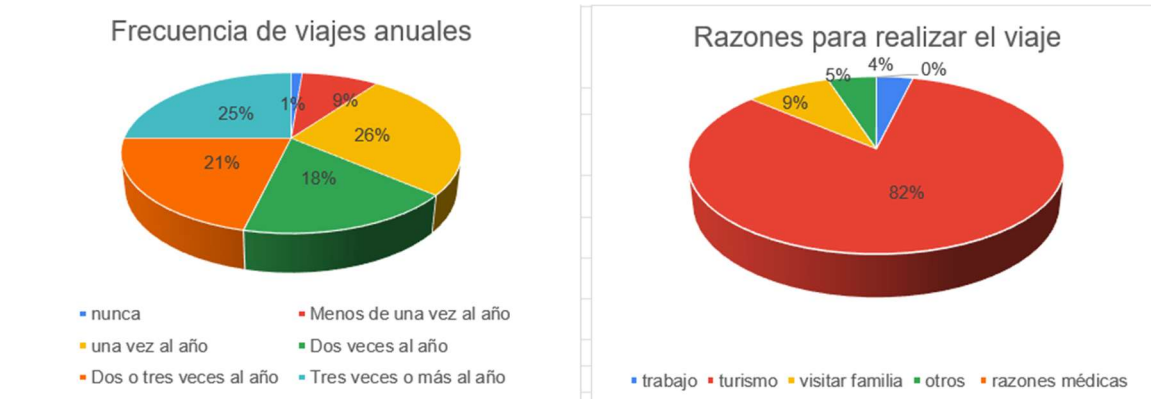
Figura 3.4.3. Estudios y Figura 3.4.4. Ingresos Mensuales



Fuente: elaboración propia en Excel a partir de datos recogidos en Google Forms

En lo relativo a las preguntas del cuestionario incluidas en la variante turística general las respuestas arrojan los siguientes resultados. La frecuencia de viaje de la muestra de población encuestada está muy repartida con un 25% realizando más de tres viajes anuales, y un porcentaje superior al 90% viajan al menos una vez al año o más. La razón principal de esos viajes, con más de un 82% de elecciones, es por turismo independientemente de su modalidad. Así se aprecia en la figura 3.4.5 y la figura 3.4.6.

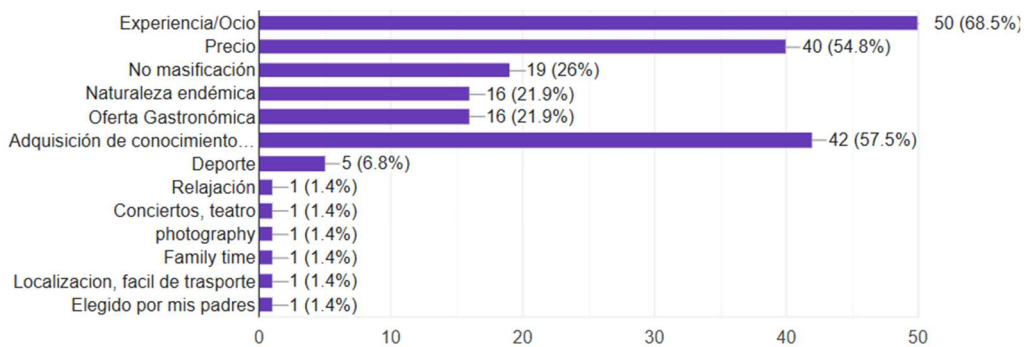
Figura 3.4.5. Frecuencia de viajes anuales y Figura 3.4.6. Razones para realizar el viaje



Fuente: elaboración propia en Excel a partir de datos recogidos en Google Forms

Dentro de las motivaciones que empujan a las personas encuestada a seleccionar un destino u otro se encontrarían principalmente la experiencia y la oferta de ocio, la adquisición de conocimiento, y el precio (figura 3.4.7).

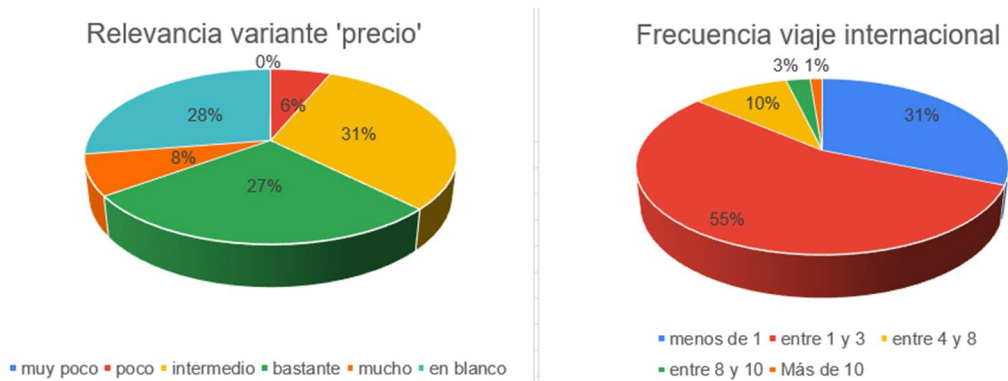
Figura 3.4.7. Motivaciones turísticas



Fuente: elaboración en Google Forms

Además, el grado de consideración de la variante 'precio' es intermedio y/o bastante relevante para el 58% de la muestra. El 55% realiza viajes internacionales de una a tres veces al año (figura 3.4.8 y figura 3.4.9).

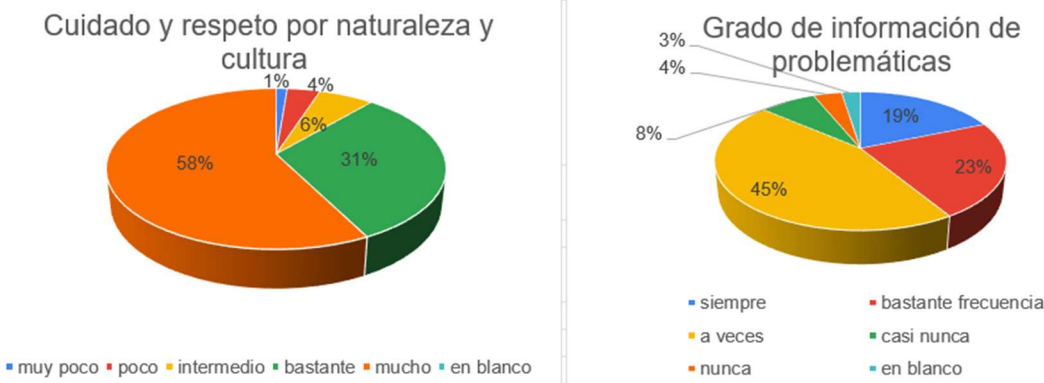
Figura 3.4.8. Relevancia de la variante 'precio' y Figura 3.4.9. Frecuencia viaje internacional



Fuente: elaboración propia en Excel a partir de datos recogidos en Google Forms

Casi un 89% de la muestra recogida considera que el respeto tanto por la naturaleza como por la cultura local que se visita es bastante o muy importante; además de resultar relevante la adquisición de conocimiento e información sobre las problemáticas y desafíos que pueda atravesar o no el destino antes de viajar, bien sean de índole socioeconómica, política o ambiental, así se aprecia en los siguientes gráficos (figura 3.4.10 y 3.4.11).

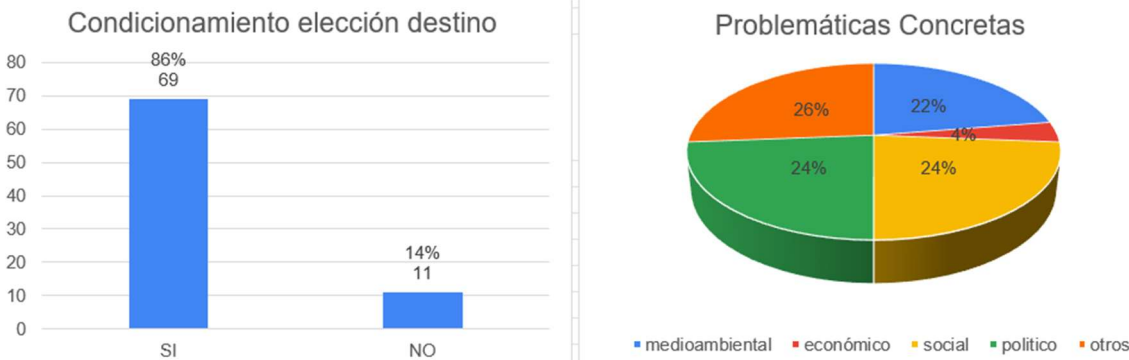
Figura 3.4.10. Cuidado y respeto por patrimonio local y Figura 3.4.11. Grado de información de problemáticas



Fuente: elaboración propia en Excel a partir de datos recogidos en Google Forms

Las problemáticas señaladas pueden llegar a condicionar a más de un 86% de los encuestados a la hora de decantarse por un destino turístico u otro. La población encuestada considera especialmente relevantes los desafíos o problemáticas relativos a conflictos bélicos o a la combinación de varios factores, tensiones o protestas sociales y/o políticas y los fenómenos medioambientales adversos. Así se observa en las siguientes figuras (figura 3.4.12 y 3.4.13.)

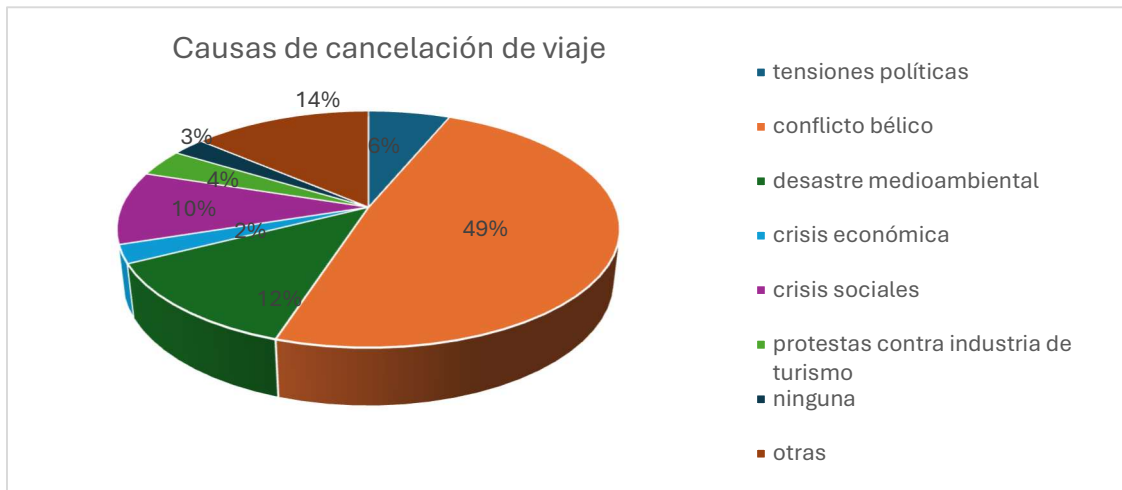
Figura 3.4.12. Factores que condicionan elección de destino y Figura 3.4.13. Razones concretas



Fuente: elaboración propia en Excel a partir de datos recogidos en Google Forms

Los motivos por los que se plantearían una cancelación de un viaje se observan en la gráfica mostrada a continuación (figura 3.4.14.) señalando principalmente a motivos bélicos, con un 49% de respuestas y/o fenómenos medioambientales con un 12%.

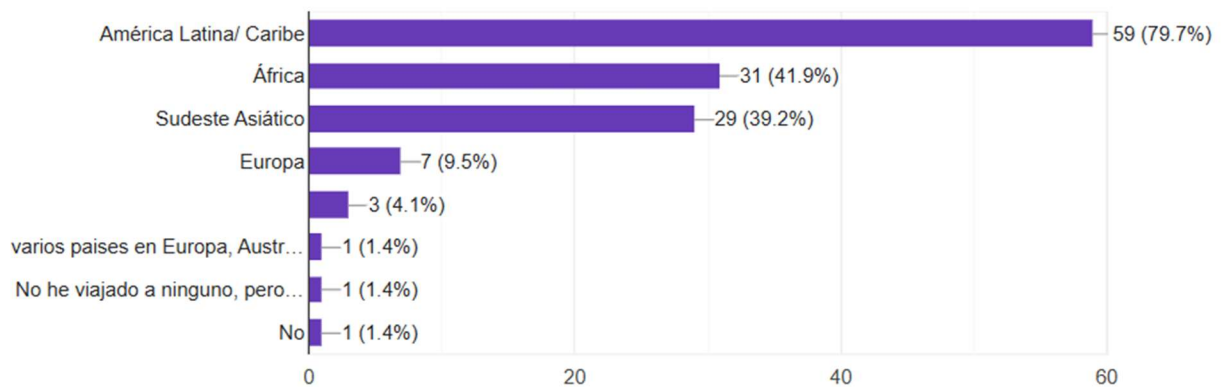
Figura 3.4.14. Causas concretas para cancelar un viaje



Fuente: elaboración propia en Excel a partir de datos recogidos en Google Forms

Respecto a las preguntas del cuestionario incluidas en la variante turística específica las respuestas arrojan los siguientes resultados, comprobables en los gráficos mostrados a continuación. Los destinos seleccionados han sido variados, destacando casi un 80% de la muestra con al menos un viaje a la región de América Latina y Caribe, aunque a su vez un 42% ha realizado viajes a África, tal y como se aprecia en la gráfica correspondiente a la figura 3.4.15.

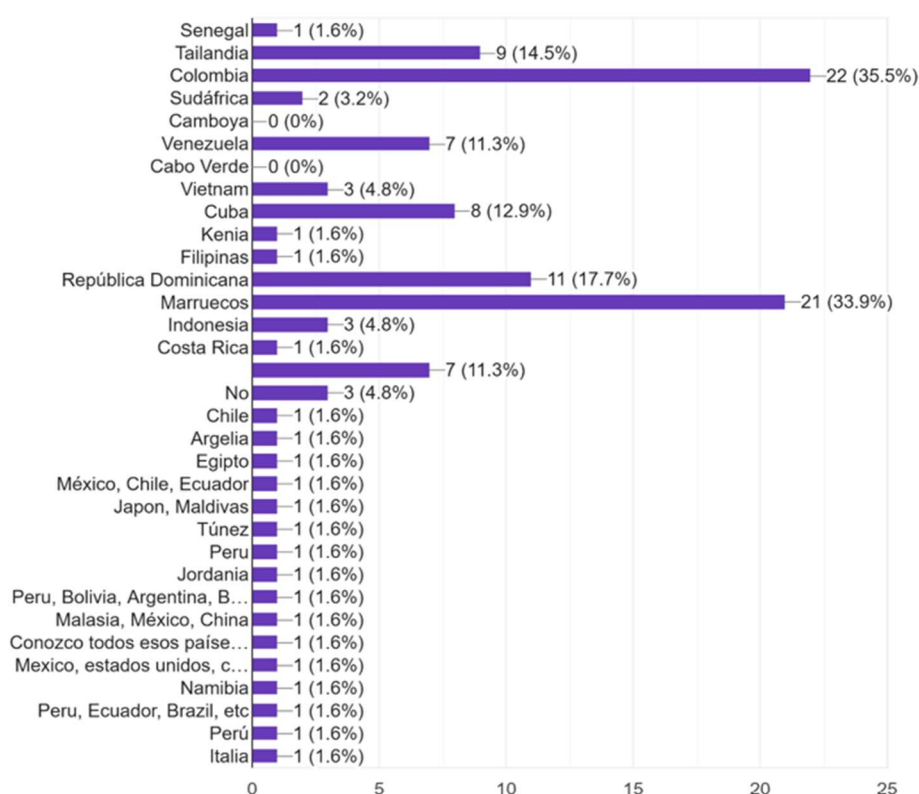
Figura 3.4.15. Regiones de destino



Fuente: elaboración en Google Forms

Y en concreto, destinos como Colombia, Marruecos, República Dominicana y Cuba han sido los más seleccionados, como se aprecia en la figura 3.4.16.

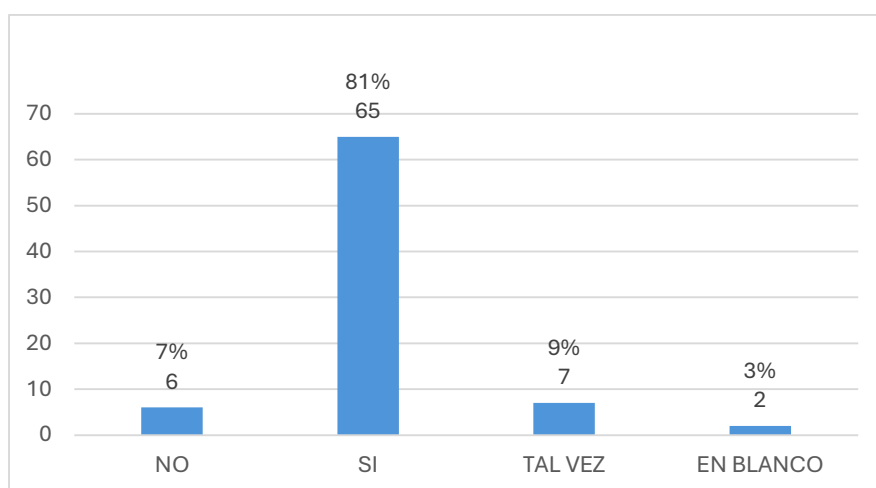
Figura 3.4.16. Países de destino



Fuente: elaboración en Google Forms

La gran mayoría, un 81%, tanto si ha viajado a estos destinos o regiones como si no, se plantea conocer y explorar los hábitos culturales y entornos naturales locales en sus viajes. Así lo muestra la gráfica correspondiente a la figura 3.4.17.

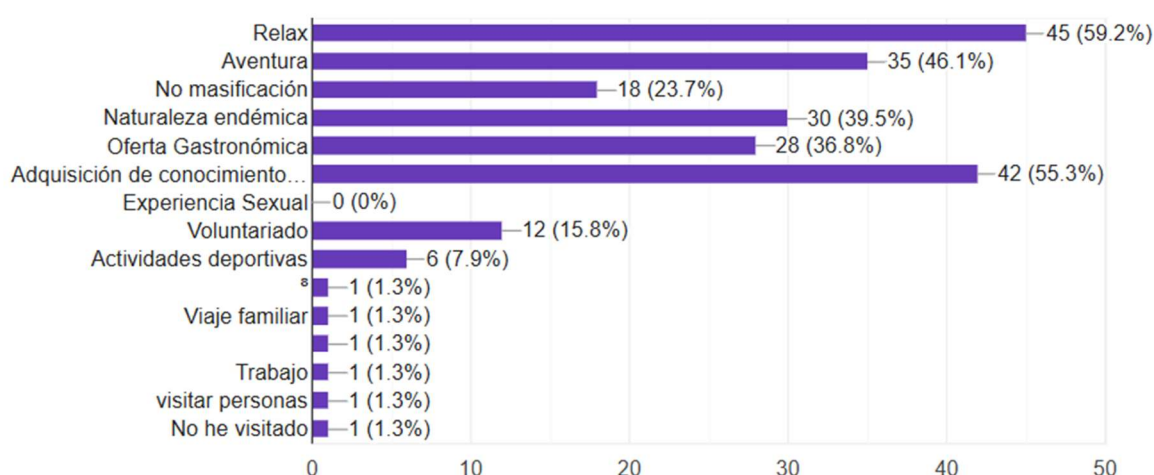
Figura 3.4.17. Exploración cultural y natural



Fuente: elaboración propia en Excel a partir de datos recogidos en Google Forms

Y para las personas que han realizado estos viajes, o que no lo hayan hecho, pero pueden plantearse esa opción, sus motivaciones principales son la relajación y el descanso por casi un 60%, pero también la adquisición de conocimiento y cultura con un 55%, como se puede comprobar en la figura 3.4.18.

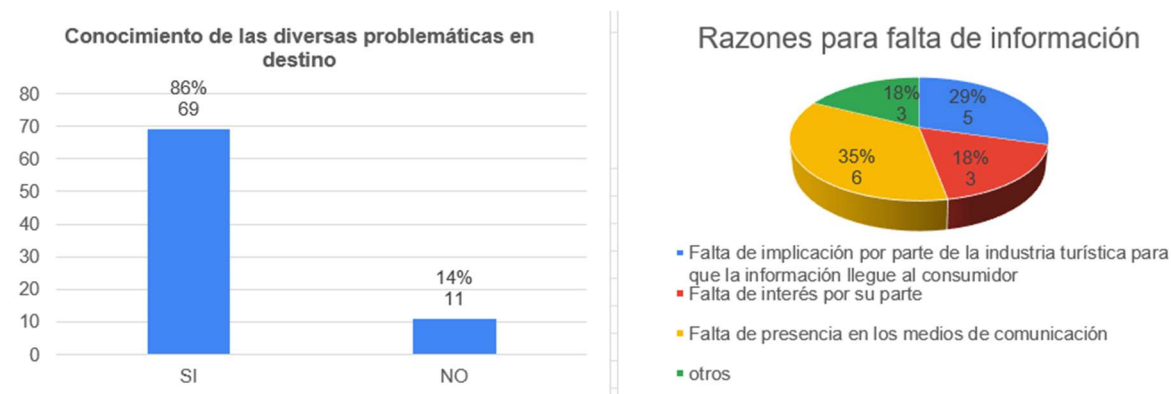
Figura 3.4.18. Motivaciones para los destinos internacionales analizados



Fuente: elaboración en Google Forms

Un 86% de los encuestados afirma conocer las problemáticas y desafíos que atraviesan los destinos mencionados. Sin embargo, 11 personas reconocieron no ser conocedoras de todas o algunas de estas problemáticas, bien por desinformación por parte de los medios de comunicación, o de la propia industria, o una falta de interés por su parte. Estos datos se comprueban en las gráficas mostradas a continuación, correspondientes a las figuras 3.4.19. y 3.4.20.

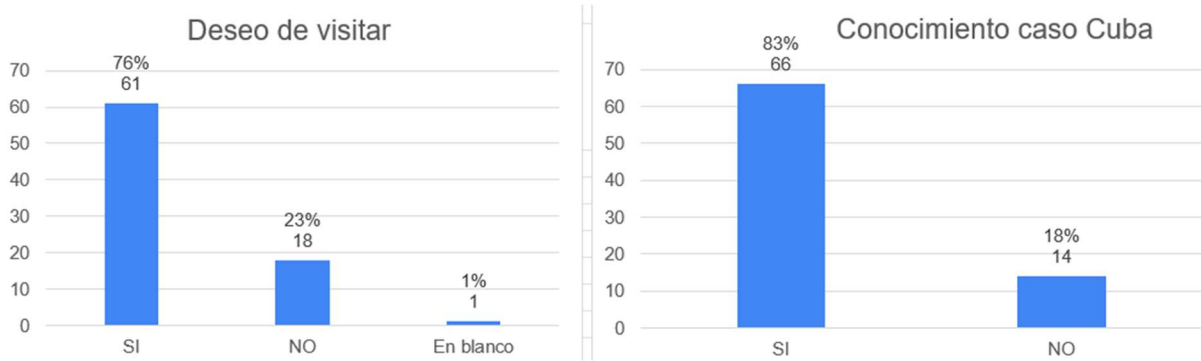
Figura 3.4.19. Conocimiento de desafíos y Figura 3.4.20. Motivos para la falta de información



Fuente: elaboración propia en Excel a partir de datos recogidos en Google Forms

A pesar de sus desafíos, el 76% reconoció interés por conocer estos destinos. En el caso concreto de Cuba, el 83% afirmó conocer las realidades adversas de la población de la isla y su situación. Así se comprueba de los resultados extraídos de las siguientes gráficas (figura 3.4.21. y 3.4.22.).

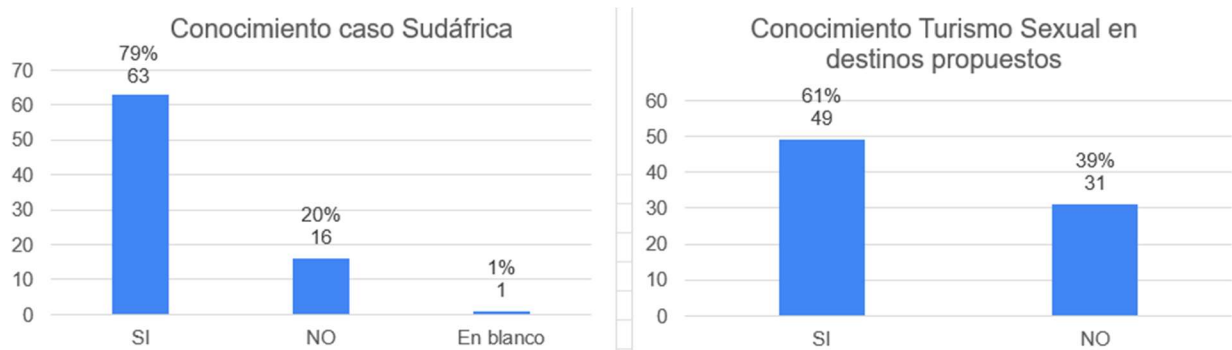
Figura 3.4.21. Deseo de visitar y Figura 3.4.22. Conocimiento del caso de Cuba



Fuente: elaboración propia en Excel a partir de datos recogidos en Google Forms

En el caso de Sudáfrica un 79% afirmó ser conocedor de la segregación racial y socioeconómica que vive el país. Más de un 60% confirma ser consciente de la incidencia del turismo sexual en ciertos destinos como Senegal. (figura 3.4.23 y 3.4.24).

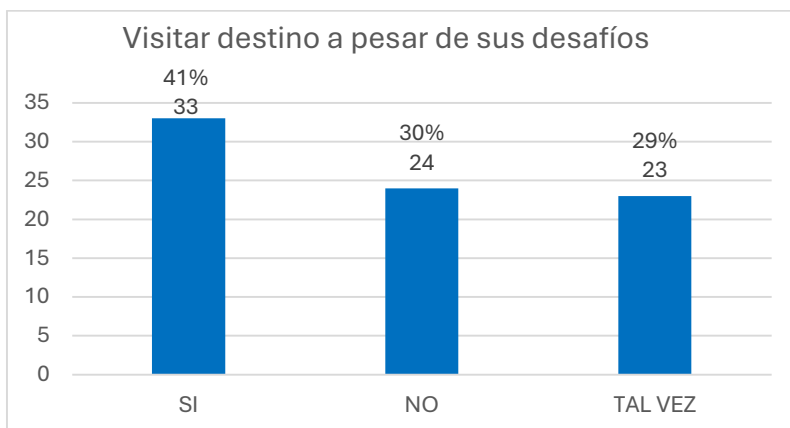
Figura 3.4.23. Conocimiento del caso de Sudáfrica y Figura 3.4.24. Conocimiento Turismo Sexual



Fuente: elaboración propia en Excel a partir de datos recogidos en Google Forms

Teniendo en cuenta la información facilitada acerca de destinos como Cuba, Sudáfrica o destinos como los comentados en la pregunta anterior, por ejemplo, Senegal, con relevante importancia por su turismo sexual, el 30% no visitaría esos países, sin embargo, un 41% sí que viajaría a estos destinos. Así se observa en la siguiente gráfica de barras correspondiente a la figura 3.4.25.

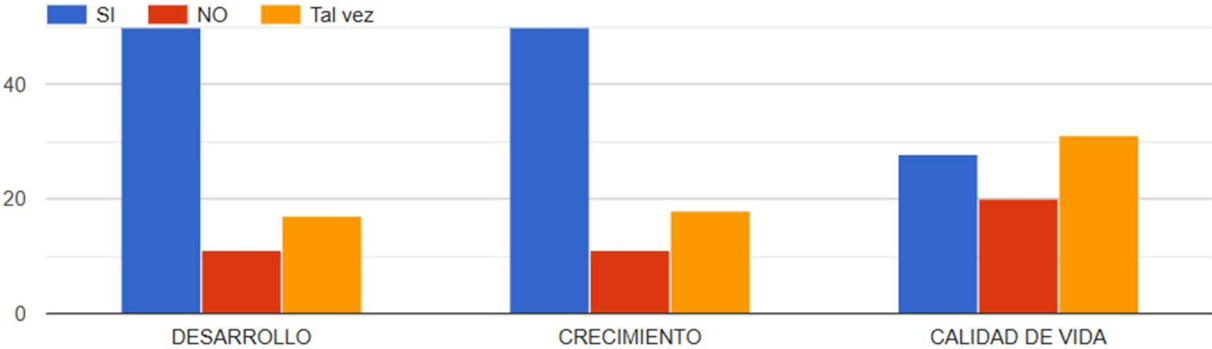
Figura 3.4.25. Visitar destino a pesar de sus desafíos



Fuente: elaboración propia en Excel a partir de datos recogidos en Google Forms

La gran mayoría consideran que la presencia de la actividad turística en estos destinos sí mejora aspectos como el crecimiento económico y el desarrollo, las cifras son inferiores en materia de mejoría en calidad de vida. (figura 3.4.26).

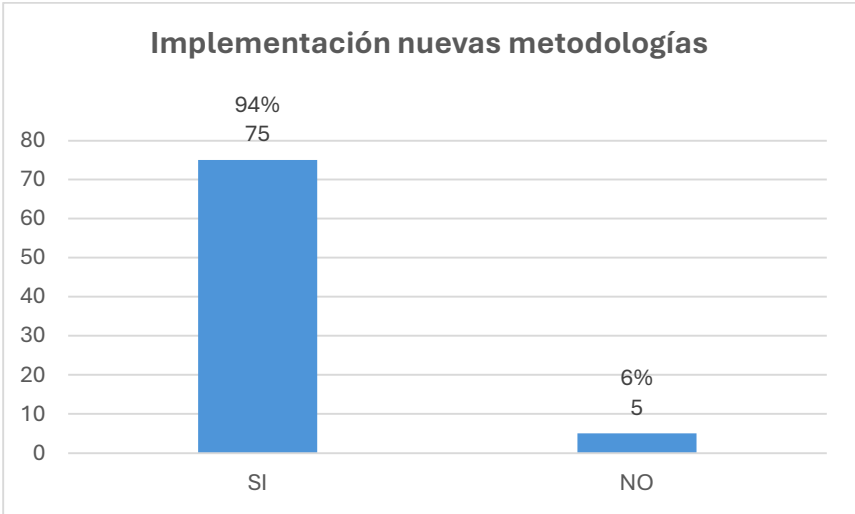
Figura 3.4.26. Mejoría de desarrollo, crecimiento y calidad de vida a través de actividad turística



Fuente: elaboración a partir de Google Forms

Un 94%, tal y como muestra la figura 3.4.27, cree que se podrían implementar nuevas metodologías que impulsaran cambios en nuestros hábitos turísticos.

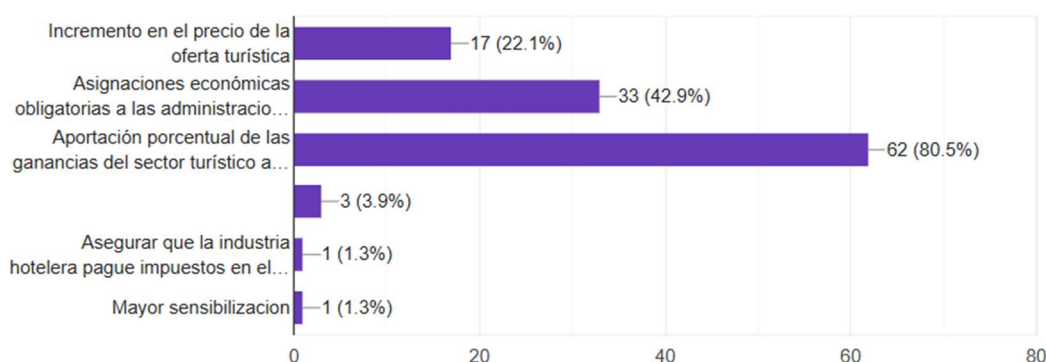
Figura 3.4.27. Implementación de nuevas metodologías turísticas



Fuente: elaboración propia en Excel a partir de datos recogidos en Google Forms

Las medidas sugeridas por la muestra de población se reparten entre incremento de impuestos específicos al sector en los países de destino, más presencia de campañas de sensibilización, aportaciones porcentuales en función de las ganancias obtenidas, incremento de precios de la oferta, etc. Así se refleja en la figura 3.4.28. mostrada a continuación:

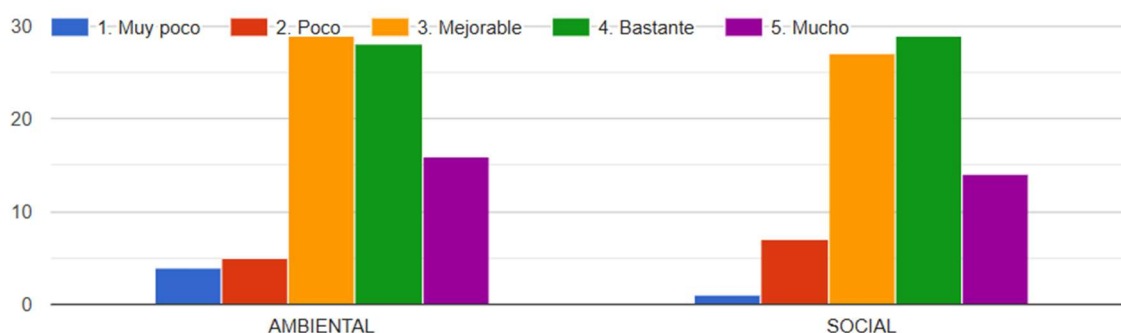
Figura 3.4.28. Sugerencias de nuevas metodologías turísticas



Fuente: elaboración a partir de Google Forms

La gran mayoría de selecciones concentra su opinión sobre sus propios hábitos turísticos entre mejorable y bastante respetuosos, tanto en el ámbito social como ambiental, tal y como refleja la gráfica mostrada a continuación correspondiente a la figura 3.4.29.

Figura 3.4.29. Sugerencias de nuevas metodologías turísticas

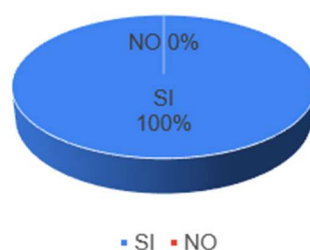


Fuente: elaboración a partir de Google Forms

Un contundente 100% de los encuestados, reflejado en la figura 3.4.30, considera que se deben realizar más campañas de sensibilización turística con respecto al impacto de la industria en los destinos y en sus poblaciones.

Figura 3.4.30. Campañas de sensibilización

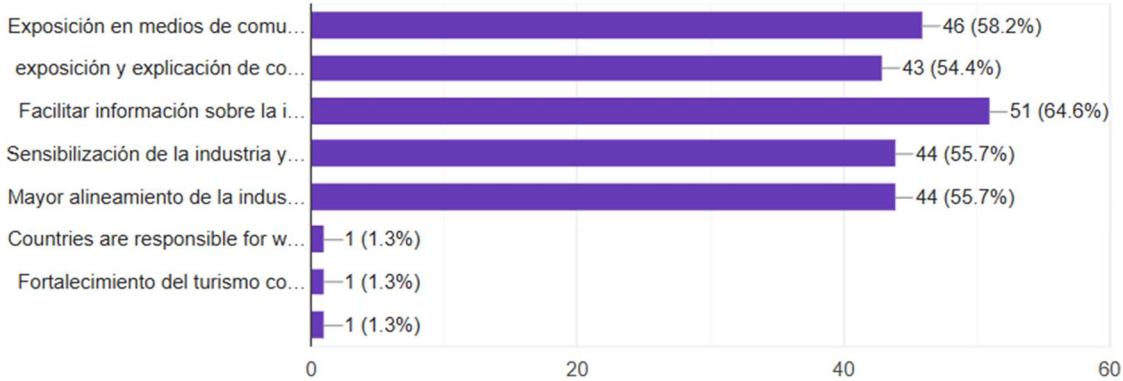
Campañas de sensibilización



Fuente: elaboración propia en Excel a partir de datos recogidos en Google Forms

Para finalizar, tal y como aparece en la figura 3.4.31, significativos porcentajes consideran que se podría alcanzar este objetivo a través de más presencia en medios de comunicación de la problemática (58%) y mediante más sensibilización por parte de la industria turística (64%).

Figura 3.4.31. Sugerencias de ideas de sensibilización



Fuente: elaboración a partir de Google Forms

Esta encuesta ha resultado una herramienta fundamental para profundizar en las motivaciones turísticas de la población y el nivel de conocimiento que se tiene actualmente sobre las problemáticas sociales, económicas, políticas y ambientales que se viven en otros países. Los resultados indican a su vez, el grado de implicación que tienen los turistas con respecto al patrimonio del destino que visitan, bien sea cultural o natural. La encuesta indica una preferencia por la región de América Latina/Caribe, y a pesar de haber mostrado datos que explican sus problemáticas y desafíos a enfrentar, la población desea viajar a esta zona. Aspectos como la desigualdad, la explotación sexual y la perpetuación de vulnerabilidad y pobreza son factores preocupantes para la población encuestada; sin embargo, afirma que los motivos que harían sopesar una cancelación son especialmente los conflictos bélicos y los fenómenos medioambientales adversos en destino. La población declara que, a pesar de ser conocedores en su mayoría de ciertas dificultades y divisiones sociales, hace falta adquirir una mayor concienciación sobre cómo mejorar estas realidades. Además, confirman que sus hábitos turísticos en general son bastante buenos pero mejorables. También muestra como porcentajes bastante altos de población encuestada no considera que la presencia e intervención de la actividad turística en un destino sea una garantía de mejora de la vida de su población civil, aunque sí garantiza crecimiento económico y desarrollo para la zona. Cabe destacar, que un significativo 100% de encuestados piensa que se deben realizar más campañas de sensibilización turística relativas al impacto de la industria turística en los destinos y en sus poblaciones, además de tomar más medidas por parte de los actores implicados. Como conclusión, se podría decir que este hecho denota una preocupación por el cambio y el avance hacia una mejoría de la situación global donde el turismo pueda funcionar como motor que impulse el cambio y el desarrollo, a la vez que la población de turistas pueda continuar disfrutando de su tiempo de ocio y disfrute.

CAPÍTULO 4. CONCLUSIONES

4.1. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Las problemáticas y desafíos examinados en el análisis realizado y que surgen como consecuencia de las relaciones e idiosincrasias establecidas entre la industria turística, configurada en el norte global, y la pobreza, padecida en el sur global; demuestran la necesidad de repensar los procesos morales y comerciales que llevan, parece ser que en muchos casos por propia inercia, al consumo de productos turísticos que se construyen sobre la vulnerabilidad y desigualdad con la que viven diariamente millones de personas.

Desde las perspectivas de actuación y alcance, resulta difícil considerar el impacto que las acciones individuales pueden suponer en las vidas de personas que pertenecen a amplios colectivos desfavorecidos, sin embargo, es necesario recapacitar en cómo influimos en determinados procesos de crecimiento y desarrollo, y en cómo pequeñas actuaciones pueden impulsar modificaciones.

En esta línea, la reflexión debe apuntar hacia las verdaderas intenciones detrás del desarrollo turístico y a qué está dispuesta tanto la industria, como nosotros por ser consumidores individuales, a sacrificar. La mirada se ha de enfocar en una perspectiva individual, como ciudadanos de un norte global consumista; pero también global, como seres humanos que compartimos el mismo planeta con millones de personas en situaciones de extrema pobreza, y con altos niveles de desigualdad y vulnerabilidad.

Con respecto a la industria, la invitación a reflexionar debe abordarse como una oportunidad de conversión, para reaprender los procesos y transformar las tipologías de intervención en los destinos que se comercializan como paraísos turísticos, pero que, tal y como se ha comprobado mediante el estudio de este trabajo, tienen poco o nada de paradisíacos para gran parte de las poblaciones que en ellos habitan.

Llegados a este punto surgen determinadas preguntas que podrían servir como punto de partida en esa reflexión que, desde la industria, así como por parte de los consumidores podría plantearse: ¿Qué anhela el norte del sur global en materia de turismo?, ¿Qué espera el norte global encontrar y obtener de un sur empobrecido o en vías permanentes de desarrollo?, ¿Cómo nos relacionamos con la pobreza y cómo queremos hacerlo en un futuro? ¿Podemos consumir nuestro tiempo de ocio y disfrute favoreciendo el desarrollo de otras poblaciones? ¿A través de qué fórmulas? ¿Estamos dispuestos a renunciar a ciertos privilegios por un bien común?

Ante esto, no se puede hacer uso del viejo refranero español repitiendo aquello de *'ojos que no ven corazón que no siente'*, porque la realidad es que en este caso sí vemos, incluso pagamos por ver esas

otras existencias de cerca, para después regresar a nuestros hogares occidentales. El capitalismo salvaje promovido y establecido en occidente y basado en un consumismo feroz nos ha llevado de la mano al crecimiento monetario y financiero. Sin embargo, también al aprovechamiento de otras realidades, empujándonos hacia un aislamiento moral para caer en contradicciones tan distópicas como la financiación, a través del sector turístico, de un sistema de gobierno que implanta medidas muy restrictivas a su población, como es el caso de Cuba. O participando en sistemas que en ciertos aspectos han perpetuado el segregacionismo racial, como puede ser el modelo actual presente en Sudáfrica. O la muestra de hipocresía occidental por parte de potencias desarrolladas que niegan asilo e incluso auxilio ante los rescates ocurridos en aguas mediterráneas a población proveniente de destinos que sí nos resultan interesantes como atracción turística, por su cercanía, leves requerimientos de vacunación y con relativa estabilidad política, como sucede en el caso de Senegal. ¿Hasta qué punto la industria turística está contribuyendo al cambio o no de esas desigualdades? ¿Y a la potenciación de desarrollo y crecimiento? ¿Mejora realmente la calidad de vida de las poblaciones locales con la presencia del sector turístico?

A continuación, se proponen una serie de argumentos y medidas que podrían implementarse o por lo menos comenzar a ser planteadas progresivamente para introducir ciertas mejoras en la industria no solo en términos de producción sino también de sostenibilidad en los destinos.

4.1.1. Evolución y Reforma Sociocultural. Opciones de transformación

Si viajamos a Cuba y a República Dominicana, a Gambia y a Senegal, o a Sudáfrica es por dos motivos principales (entendiendo esta realidad siempre desde una perspectiva de turismo por placer y disfrute personal): atracción y acceso. Nos atraen unos destinos más que otros por cuestiones específicas e individuales, y, además, tenemos acceso a ellos. Los accesos nos limitan en cuestiones económicas, de libertad y facilidad de trámites, por opciones médicas, en términos de seguridad, etc. Sin embargo, existen cuestiones no tangibles que afectan al ámbito de lo moral y lo éticamente respetable que nos afectan en nuestro día a día y eso incluye nuestra visión y comportamiento como turistas internacionales, porque incluso aunque en muchos casos no se materialicen esos viajes (por cuestiones económicas, laborales, sanitarias, etc...) todos somos observadores de las campañas de marketing turístico de ciertos destinos y podemos tener una opinión de lo que éstas nos provocan (Cicci e Hidalgo, 2012; Bayón, 2014).

Desde nuestra posición podemos empezar a cambiar los patrones neoliberales y neocoloniales que imperan en las relaciones con la otra mitad del mundo. Las posiciones residuales de dependencia y sumisión propias de otras épocas con la denominada otredad pueden y deben empezar a cambiar. El turismo puede ser una gran herramienta para impulsar esos cambios y potenciar la evolución hacia una

mayor equidad y justicia social. Se debe comenzar a apuntar a una toma de medidas tanto por parte de los actores en el norte global (industria turística, instituciones, consumidores, etc.) como por parte de los ubicados en los destinos del sur global (instituciones, operadores turísticos, empresas, población civil). Éstas podrían empezar por un replanteamiento de las tasas comerciales y su distribución, analizar el aporte generado y el que permanece en destino, incremento de salarios en destino, obligatoriedad por parte de la industria a participar en redes de apoyo social en destino y a proporcionar contribución financiera al desarrollo local, más y mejores campañas de concienciación para todos los actores implicados, medición de impactos a través del diseño de indicadores y de estudios, etc. (Cicci e Hidalgo, 2012; Bayón, 2014).

4.1.2. El turismo: un instrumento contra la pobreza y la desigualdad y a favor del desarrollo.

Tal y como se ha analizado, la pobreza y su interacción con la riqueza y el desarrollo crea desigualdad, suponiendo este hecho en sí una estructura comercializable, a la que se le puede sacar beneficio y rentabilizar su explotación como atractivo turístico. No obstante, son varias las voces que desde hace años apuntan a que otro vínculo es posible si se potencia la cultura del respeto y se persigue alcanzar la meta global común de un desarrollo sostenible real y transversal (Cicci e Hidalgo, 2012). Autores como Harold Goodwin (1999), a raíz de las iniciativas impulsadas desde Naciones Unidas durante ese mismo año, expusieron los beneficios de instrumentalizar la actividad turística para erradicar la pobreza y tratar de alcanzar un desarrollo sostenible global.

Estos planteamientos destacan la rápida expansión de la industria turística como una de sus fortalezas, y la señalan como un producto con una gran peculiaridad, y es que, aunque se comercialice e incluso parcialmente diseñe en Occidente, su consumo real se ejecuta en los destinos empobrecidos (en el caso del turismo de pobreza), lo que facilita e impulsa una vinculación cultural, un conocimiento y exploración de otras realidades, y una mayor concienciación social. Señalan además a la creación de empleo y al crecimiento económico que en mayor o menor medida experimentan los países que basan gran parte de su estabilidad en esta industria (Goodwin, 1999; Cicci e Hidalgo, 2012). Estas teorías también señalan las debilidades a las que se debe prestar atención como el fomento de dependencia entre países menos desarrollados con los más fortalecidos económicamente al crearse situaciones de subordinación, las fugas financieras o la mala distribución de recursos y beneficios, y por supuesto, los impactos ambientales (Goodwin, 1999; Cicci e Hidalgo, 2012). Predomina a su vez, una gran enfatización sobre el aporte al desarrollo y crecimiento de las áreas más vulnerables, como las zonas rurales de los países del sur global, que en muchas ocasiones son excluidos pero que el turismo ha contribuido a revitalizar (Goodwin, 1999; Cicci e Hidalgo, 2012).

Como conclusión, la lectura final de las relaciones norte sur en materia de turismo puede llegar a ser muy positiva. Este hecho puede darse mediante la potenciación de la versatilidad de la industria turística, pero cabe destacar que se ha de fomentar el ejercicio que invite a repensar los procesos de actuación del sector en áreas en desarrollo, y que, a través de la reformulación conjunta de las dinámicas establecidas, se cristalice la instrumentalización del sector como herramienta de mitigación de la pobreza.

4.3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alba Sud (2022). Turismos en la Sudáfrica posapartheid. Disponible en: <https://www.albasud.org/noticia/es/1463/turismos-en-la-sudafrica-posapartheid> (Consultado el 25.01.2025).

Algoritmia, (2024). ¿Cómo aprenden los algoritmos? Aprendizaje supervisado, no supervisado y por refuerzo. Disponible en: <https://algoritmia8.com/2020/09/15/como-aprenden-los-algoritmos-aprendizaje-supervisado-no-supervisado-y-por-refuerzo> (Consultado el 03.10.2024).

Asociación Amistad Saharaui (s.f.) Viaja a los campamentos. Disponible en: <https://amistadsaharai.org/viaja-con-nosotros/> (Consultado el 12.10.2024).

Báez-Martínez, S.M. Gallur-Santorum, S. (2023). Vulnerabilidad y riesgos del trabajo sexual masculino en contextos de turismo de sol y playa en el Caribe. Revisión de Literatura. Maguaré 37, 2: 93-133. Disponible en: <https://doi.org/10.15446/mag.v37n2.110650>. (Consultado el 22.01.2025 y 01.02.2025).

Bayón, M.C. (2014). La construcción del otro y el discurso de la pobreza. Narrativas y experiencias desde la periferia de la Ciudad de México. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad Nacional Autónoma de México Nueva Época, Año LX, núm. 223. Enero-abril de 2015. pp. 357-376.

Bertels, L. (2017). Tourisme sexuel : à Saly, de la plage à 'l'étage'. La Libre. Disponible en: www.lalibre.be (Consultado el 31.01.2025).

Centro de Recursos Africanistas (s.f.). Gambia. Senegal. Disponible en: <http://crea-africa.org/conoce-africa/paises> (Consultado el 28.12.2024).

CEOE Empresas Españolas (2018). Sudáfrica: oportunidades en la primera economía africana. Disponible en: <https://www.ceoe.es/es/ceoe-news/sudafrica-oportunidades-en-la-primer-a-economia-africana> (Consultado el 04.02.2025).

- Cicci Pinto Faria, D. M., e Hidalgo Moratal, M. (2012). Desarrollo, turismo y pobreza: una mirada crítica. *Estudios Turísticos*, (192), 71–88. Disponible en: <https://doi.org/10.61520/et.1922012.1139> (Consultado el 27.12.2024).
- Crespo Darriba, C. (2021). Zooficación de Tugurios y sus efectos socioespaciales. La pobreza como destino turístico. Trabajo de Fin de Grado. Universidad de Alcalá de Henares.
- Cubadebate (2017). Breve Historia del Turismo. Disponible en: <http://www.cubadebate.cu/opinion/2017/05/03/breve-historia-del-turismo/> (Consultado el 18.01.2025).
- Datos Macro (2025). SMI - Salario Mínimo Interprofesional. Disponible en: <https://datosmacro.expansion.com/smi> (Consultado el 03.02.2025).
- Department of Tourism Republic of South Africa (s.f.). General page. Disponible en: <https://www.tourism.gov.za/Media-Statements/Pages/Newsroom.aspx> (Consultado el 03.02.2025 y 04.02.2025).
- Diario de Cuba (2023). La industria turística cubana sigue en terapia intensiva. Disponible en: https://diariodecuba.com/economia/1695639851_49906.html (Consultado el 19.01.2025).
- Fainstein, S.S. y Powers, J.C. (2006). Tourism and New York's ethnic diversity: An underutilized resource? en Routledge (eds.), *Tourism, Ethnic Diversity, and the City*. pp.143-163.
- Fenton, M. (s.f.). Recalling Five Points. The Broadsheet. Disponible en: <https://www.ebroadsheet.com/recalling-five-points/>
- Freire-Medeiros, B. (2012). *Touring Poverty*. (Eds.) Routledge. Disponible en: <https://doi.org/10.4324/9780203840719> (Consultado el 15.10.2024, 18.10.2024, 03.11.2024, 18.11.2024, 16.12.2024, 27.12.2024, 03.01.2025).
- Frenzel, F. (2013). Slum Tourism in the context of the tourism and poverty (relief) debate. *DIE ERDE* Vol.144, No 2 · Research Article. Disponible en: <https://die-erde.org/index.php/die-erde/article/view/58/46>
- Frenzel, F; Koens, K; Steinbrink, M. (2012). *Slum Tourism. Poverty, power, and ethics*. Routledge (eds.)
- Gassan, R.H. (2015). Fear, Commercialism, Reform, and Antebellum Tourism to New York City. *Journal of Urban History* 41(6): 1077-1090. Disponible en: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0096144215602004> (Consultado el 15.10.2024, 03.11.2024, 18.11.2024, 27.12.2024, 03.01.2025).

- Goodwin, H. (1999). Sustainable Tourism and Poverty Elimination. Session of the Commission on Sustainable Development.
- Google Forms (2025). Encuesta de elaboración propia. Disponible en: <https://docs.google.com/forms/d/1xw6Orzt2mzWSIBWUgEbs6R85iFRWUQcwIFz2j1j8K3c/edit>
- Huffington Post, (2017). 'Ghetto Tours': La pobreza como atractivo turístico. Disponible en: <https://www.huffingtonpost.es/entry/ghetto-tours-la-pobreza-como-atractivo-turistico> (Consultado el 11.10.2024).
- Ince, T.S. (s.f.). Charles Dickens and Women. İstanbul Aydın University. Disponible en: https://ijmcl.aydin.edu.tr/wp-content/uploads/2020/03/ijmcl_v5i01001.pdf
- Isern, P. y Martín, L. (2021). La economía política del turismo en Cuba: descripción y estabilidad. Center for the Study of Contemporary Open Societies (CESCOS). Documento X, Año II. Disponible en: <https://cescos.org/la-economia-politica-del-turismo-en-cuba-2/> (Consultado el 25.11.2024, 05.12.2024, 15.12.2024, 28.12.2024, 07.01.2025, 17.01.2025 y 19.01.2025),
- La Joven Cuba (2025). Economía. Análisis de dinámicas que influyen en el desarrollo de la economía nacional. Disponible en: <https://jovencuba.com/economia/> (Consultado el 19.01.2025).
- Manzanedo, C. (2011). ¿Lucha contra la pobreza o control de fronteras? Políticas de control migratorio y de cooperación al desarrollo entre España y África Occidental durante el primer Plan África. Revista Comillas. Razón y Fe. Mayo-junio 2011. pp. 373-381.
- Medina, D., Medina, R. y Gutiérrez, F. (2016). The impacts of tourism on poverty alleviation: an integrated research framework. Journal of Sustainable Tourism, 24:2, 270-298.
- Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (s.f.). Fichas de países. Gobierno de España. Disponible en: <https://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais> (Consultado el 04.01.2025).
- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de la República de Cuba (2020). Gaceta Oficial Extraordinaria No.69. Disponible en: <https://www.mtss.gob.cu/noticias/se-encuentra-disponible-para-su-descarga-en-pdf-la-gaceta-oficial-extraordinaria-no69> (Consultado el 03.02.2025).
- Muñoz Lima, R. (2024). Cuba apuesta "tercamente" por el turismo. DW. Disponible en: <https://www.dw.com/es/cuba-apuesta-tercamente-por-el-turismo/a-69194788> (Consultado el 28.12.2024).

- My Cape Town Stay (s.f.). Township tour including visit to Robben Island. Disponible en: <https://www.mycapetownstay.com/township-tour-including-visit-to-robben-island.html> (Consultado el 04.02.2025).
- Naciones Unidas. Crónica ONU. (2007). La lucha contra el apartheid: Lecciones para el mundo de hoy. Disponible en: <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/la-lucha-contra-el-apartheid-lecciones-para-el-mundo-de-hoy>. (Consultado el 04.02.2025).
- Observatorio Cubano de Derechos Humanos (2024). Informe: la extrema pobreza en Cuba escala al 89% y la desaprobación del Gobierno sube cinco puntos hasta el 91%. Disponible en: <https://observacuba.org/informe-crece-extrema-pobreza-cuba-desaprobacion-gobierno-sube-cinco-puntos/> (Consultado el 03.02.2025).
- Oficina de Información Diplomática (2023). Ficha país Cuba – República de Cuba. Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Disponible en: https://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/cuba_ficha%20pais.pdf (Consultado el 22.12.2024).
- Oficina Nacional de Estadística e Información de la República de Cuba (ONEI) (2024). Turismo - Indicadores Seleccionados. Gobierno de la República de Cuba. Disponible en: <https://www.onei.gob.cu/sites/default/files/publicaciones/2024-03/turismo-indicadores-seleccionados-enero-diciembre-2023.pdf> (Consultado el 22.12.2024).
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2001). Turismo y atenuación de la pobreza. Disponible en: <https://www.unwto.org/> (Consultado el 30.12.2024).
- Outterson, K., Powys-Whyte, K., y Selinger, E. (2011). Poverty tourism and the problem of consent. *Journal of Global Ethics*, 7:3, 337-348.
- Outterson, K., Selinger, E., & Whyte, K. (2011). Poverty Tourism, Justice, and Policy: Can Ethical Ideals Form the Basis of New Regulations? *public integrity*, 14(1), 39-50.
- Paris Unplugged (2013). 1890 - Le Maquis de Montmartre. Disponible en: <http://www.paris-unplugged.fr/1890-le-maquis-de-montmartre/> (Consultado el 30.12.2024).
- Por Mil Millones de Africanos (2019). Historia económica del África Subsahariana. ¿Turismo y desarrollo? Los casos de Gambia y Cabo Verde. Disponible en: <https://pormillonesdeafricanos.wordpress.com/2019/04/03/turismo-y-desarrollo-los-casos-de-gambia-y-cabo-verde/> (Consultado el 03.02.2025).

- Poverty & Inequality Platform (PIP), (2024). Did you know? The World Bank. Disponible en: <https://pip.worldbank.org/home> (Consultado el 17.01.2025).
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), (2025). Informe sobre desarrollo humano 2023-2024. Reimaginar la cooperación en un mundo polarizado. Disponible en: <https://hdr.undp.org/system/files/documents/global-report-document/hdr2023-24overviewsp.pdf> (Consultado el 15.01.2025).
- Puentes, J. (2022). Senegal: el paraíso sexual para las abuelas europeas. Sinfiltros.com. Disponible en: <https://www.sinfiltros.com/sin-filtros/senegal-paraíso-sexual-abuelas-europeas> (Consultado el 17.01.2025 y 29.01.2025).
- Reality Tours & Travel (s.f.). Responsible Tours that make a difference. Disponible en: <https://realitytoursandtravel.com> (Consultado el 11.10.2024 y 15.10.2024).
- Rhodes, S. (2017). Los cubanos enfrentan dificultades especiales para viajar y emigrar en América Latina. CADAL. Derechos Humanos y Solidaridad Democrática Internacional. Disponible en: <https://www.cadal.org/publicaciones/articulos/?id=9696> (Consultado el 17.12.2024).
- Rolfes, M. (2009). Poverty tourism: theoretical reflections and empirical findings regarding an extraordinary form of tourism. *GeoJournal* (2010) 75:421-442.
- Rutenborg, J. (2020). Tourism apartheid and Sustainable Ground Level Tourism: A study of tourism policy and its implications on society in Cuba. Stockholm University, Faculty of Humanities, Department of Romance Studies and Classics, Institute of Latin American Studies.
- Saayman, M.; Rossouw, R. y Krugell, W. (2012). The impact of tourism on poverty in South Africa, *Development Southern Africa*, 29:3, 462-487. Taylor and Francis (Eds.) Disponible en: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/0376835X.2012.706041> (Consultado el 25.11.2024, 09.01.2025, 04.02.2025 y 06.02.2025).
- Senegambia (2025). Historia. Disponible en: <https://senegambia.es/gmb-historia.php> (Consultado el 28.12.2024).
- Sene-Harper, A. (2020). Tourism development in Senegal. Historical overview and new directions for community-based tourism. En Routledge (eds.), *Routledge Handbook of Tourism in Africa*. pp. 220-233.
- Simoni, V. (2018). Approaching Difference, Inequality, and Intimacy in Tourism A View from Cuba. *Journal of Anthropological Research*. The University of New Mexico.

- South Africa Specialist (s.f.). Una presentación de Sudáfrica. Disponible en: <https://saspecialist.southafrica.net/es/es/modules/entry/es-an-introduction-to-south-africa1> (Consultado el 04.02.2025).
- Støylen, R.E. (2023). A state of poverty: Critical Realism of socio-economic problems in the works of Charles Dickens. Universitetet i Stavanger. Disponible en: <https://uis.brage.unit.no/uis-xmlui/bitstream/handle/11250/3075608/no.uis:inspera:146730091:65500402.pdf?sequence=1>
- Swiss Info (2022). Sudáfrica es el país más desigual del mundo, dice Banco Mundial. Disponible en: <https://www.swissinfo.ch/spa/sud%C3%A1frica-es-el-pa%C3%ADs-m%C3%A1s-desigual-del-mundo-dice-banco-mundial/47418774> (Consultado el 04.02.2025).
- The Telegraph. (2022). Gambia tells UK grandmothers to seek toy boys elsewhere. Disponible en: <https://www.telegraph.co.uk/world-news/2022/08/17/gambia-tells-uk-grandmothers-seek-toy-boys-elsewhere/> (Consultado el: 15.01.2025).
- UNHCR ACNUR La Agencia de la ONU para los refugiados (2016). La vida en los campamentos de refugiados saharauis. Disponible en: <https://eacnur.org/es/blog/la-vida-en-los-campamentos-de-refugiados-saharauis-tc-alt45664n-o-pstn-o-pst> (Consultado 10.10.2024, 12.10.2024, 15.10.2024).
- United Nations Habitat (2003). Human Settlements Programme. The Challenge of Slums, Global Report on Human Settlements 2003. Disponible en: <https://unhabitat.org/sites/default/files/download-manager-files/The%20Challenge%20of%20Slums%20-%20Global%20Report%20on%20Human%20Settlements%202003.pdf> (Consultado 10.10.2024, 12.10.2024, 15.10.2024).
- Venables, E. (2009). "If you give me some sexing, I might talk to you": researching the Senegalese beach-boys "at my side." Anthropology Matters Journal. Vol. 11 (1).
- World Bank, (s.f.). Poverty Measurement. Disponible en: <https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/eca/central-asia/TJ-Poverty-Measurement-Media-Training.pdf> (Consultado el 17.01.2025).
- World Bank, (2024). Poverty and Extreme Poverty. Disponible en: <https://www.worldbank.org/en/topic/poverty> (Consultado el 17.01.2025).
- World of Transport Travel (2014). Dangers of falling for a Gambian Beach Boy. Disponible en: <https://wottraveltwickenham.wordpress.com/2014/08/04/dangers-of-falling-for-a-gambian-beach-boy/> (Consultado el 04.02.2025).

CAPÍTULO 5. ANEXOS

5.1. ANEXO DE SOSTENIBILIZACIÓN CURRICULAR

La Agenda 2030 fue aprobada en 2015 por los estados miembro de la Asamblea General de Naciones Unidas. Es un plan definido para alcanzar un objetivo global común sobre crecimiento y desarrollo, pero desde una perspectiva sostenible y respetuosa con el planeta y las personas lo habitan. El presente trabajo, centrado en la exploración de las relaciones que se dan entre la pobreza y el sector turístico y las consecuencias que de ellas surgen, se alinea con varios de los objetivos presentes en la Agenda 2030. En concreto la Agenda 2030 se basa en 17 objetivos denominados de desarrollo sostenible, ODS, de los cuales 10 se mencionan a continuación por su conexión con este análisis:

- Objetivo de Desarrollo Sostenible 1. Fin de la pobreza

La erradicación de la pobreza se contempla como el primer objetivo debido su trascendencia y grado de gravedad en las problemáticas globales, tal y como se ha analizado en este trabajo. El turismo ha de asumirse como una herramienta en la lucha contra la pobreza.

- Objetivo de Desarrollo Sostenible 2. Hambre cero

La erradicación del hambre resulta fundamental para cumplir el objetivo 1 y para lograr el avance social global. El turismo como actividad de amplio recorrido y alcance puede resultar muy significativo en este proceso. Tal y como se ha comentado en este trabajo, en casos como el de Cuba, se trata de una industria que, aunque acaree cierto perjuicio a su población, a la vez supone el sustento diario de millones de cubanos tanto de forma directa como indirecta.

- Objetivo de Desarrollo Sostenible 3. Salud y Bienestar.

El sector turístico puede promover desarrollo en comunidades y localizaciones que atraviesen severas problemáticas en cuestiones básicas como el sistema sanitario. Así, por ejemplo, la participación de la población civil en los casos analizados en el presente trabajo puede suponerles un beneficio extra que les proporcione el ingreso necesario para recibir asistencia.

- Objetivo de Desarrollo Sostenible 5. Igualdad de Género.

El análisis de este estudio se centra en la desigualdad, independiente de su origen o motivo. Por lo tanto, hay alineación con respecto al objetivo 5 que promueve la igualdad e inclusión de género. Además, a través del turismo no solo la población que viaja recibe aporte cultura, sino también la receptora pudiendo intercambiar visiones diferentes. Asimismo, el turismo supone un motor de producción y económico generando empleo, y proporcionando oportunidades laborales a los diversos géneros.

- Objetivo de Desarrollo Sostenible 8. Trabajo decente y crecimiento económico.

Tal y como se ha comentado en el objetivo anterior, el turismo es una actividad generadora de oportunidades laborales. Es fundamental que la industria propicie esa empleabilidad y el crecimiento que puede surgir desde un enfoque sostenible y de máximo respeto.

- Objetivo de Desarrollo Sostenible 10. Reducción de las desigualdades

El presente trabajo gira en torno a este concepto, la reducción de las desigualdades, la profundización de la industria turística para ser parte de la solución y no del problema de desigualdad global, y que potencie la creación de fórmulas que ayuden a esta meta.

- Objetivo de Desarrollo Sostenible 11. Ciudades y comunidades sostenibles

Este objetivo resulta fundamental para la industria turística, el hecho de que intente posicionarse como mecanismo conductor en la transformación de espacios urbanos y comunidades y así mismo propulsor de oportunidades que mejoren las vidas y condiciones de las personas que en ellas habitan.

- Objetivo de Desarrollo Sostenible 12. Producción y consumo responsables

Este trabajo está alineado con este objetivo debido al crecimiento de productos turísticos en términos de turismo de pobreza y desigualdad, pero al cual se le debe de fomentar el consumo responsable y con una visión ética.

- Objetivo de Desarrollo Sostenible 16. Paz y justicia social

Principalmente el TFG se alinea con este objetivo por la cuestión de la finalidad de la justicia social. El documento busca invitar a la reflexión sobre cómo de manera colectiva e individual se pueden transformar sectores y planteamientos no del todo acertados y proporcionar los canales que puedan propulsar la obtención de la justicia social para otras sociedades y colectivos.

- Objetivo de Desarrollo Sostenible 17. Alianzas para lograr los objetivos

Este TFG plantea la construcción de alianzas y vínculos entre actores implicados en la problemática expuesta, tanto instituciones, como empresas del sector, turistas, población receptora, etc.

El presente trabajo anhela contribuir a la reflexión de la sostenibilidad en el ámbito turístico, proponiendo transformaciones que impulsen el cambio desde la cultura del respeto. Se sugieren medidas que ayudarían a la redistribución de los recursos y a la implantación de nuevos métodos de interrelación entre los países menos desarrollados, que son susceptibles de explotación turística o ya son objetivo de la industria, y los países pertenecientes al denominado norte global y que se encuentran en plena situación de desarrollo.

5.2. ANEXOS

ENCUESTA: ESTUDIO DE HÁBITOS E IMPACTOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ÁREAS EN DESARROLLO Y SU RELACIÓN CON LA POBREZA

B *I* U ↻ ✕

Form description

Sección 1. Información sociodemográfica

Description (optional)

1. ¿Cuál es su edad?

- Menos de 18
- 18-24 años
- 25-34 años
- 35-44 años
- 45-54 años
- 55 años o más

2. ¿Cuál es su género?

- Masculino
- Femenino
- No binario
- Prefiero no decirlo
- Other...

3. ¿Cuál es su nivel de estudios?

- Primaria o menos
- Secundaria
- Bachillerato o equivalente
- Estudios Universitarios
- Posgrado/Doctorado

4. ¿Cuál es su ingreso mensual aproximado?

- Menos de 500€
- 501-1.000€
- 1.001-2.000€
- 2.001-3.000€
- Más de 3.000€

Sección 2. Variante turística general

Description (optional)

5. ¿Con qué frecuencia viaja usted?

- Nunca
- Menos de una vez al año
- Una vez al año
- Dos veces al año
- Dos o tres veces al año
- Tres veces o más al año

6. ¿Cuál es su motivación?

- Turismo (placer, descanso, cultura, deporte, etc.)
- Trabajo
- Tratamiento Médico
- Visita a Familiares
- Other...

7. En caso de haber seleccionado la opción 'turismo (placer, descanso, cultura...)' ¿Cuáles son sus razones a la hora de elegir un destino? (Puede elegir varias opciones)

- Experiencia/Ocio
- Precio
- No masificación
- Naturaleza endémica
- Oferta Gastronómica
- Adquisición de conocimiento (cultura, historia)
- Deporte
- Other...

8. En caso de haber marcado la opción 'precio' en la pregunta anterior, señale entre las siguientes opciones cuánto influye en su decisión final el factor económico para realizar un viaje turístico:

- Muy poco
- Poco
- Intermedio
- Bastante
- Mucho

9. ¿Cuál es el número de viajes que realiza al año a destinos internacionales?

- Menos de 1
- Entre 1 y 3
- Entre 4 y 8
- Entre 8 y 10
- Más de 10

10. ¿Considera importante dentro de sus motivaciones turísticas el cuidado y respeto por la naturaleza y/o cultural local a visitar? Señale del 1 al 5 (siendo 1 muy poco y 5 mucho) entre las siguientes opciones:

- 1. Muy poco
- 2. Poco
- 3. Intermedio
- 4. Bastante
- 5. Mucho

11. ¿Se informa de las problemáticas y/o desafíos medioambientales, económicos, sociales o políticos que puede estar enfrentando un destino turístico antes de visitarlo?

- Siempre
- Con bastante frecuencia
- A veces, depende del caso
- Casi nunca/muy poco
- Nunca

12. ¿Alguno de los desafíos mencionados en la pregunta anterior le pueden llegar a condicionar a la hora de decantarse por un destino turístico u otro?

- SI
- NO

13. Si su elección ha sido 'SI', ¿Cuál considera usted que sería?

- Medioambiental
- Económico
- Social
- Político
- Other...

14. ¿Ante cuáles de estas causas concretas renunciaría o cancelaría su viaje?

- Tensiones políticas
- Conflicto Bélico
- Desastre medioambiental
- Crisis económica en destino
- Crisis sociales y revueltas
- Protestas contra masificación turística o contra industria turística
- Ninguna de las anteriores
- Other...

...

Sección 3. Variante turística específica

Description (optional)

15. Ha viajado o viajaría a algunas de estas regiones del mundo (puede elegir varias opciones):

- América Latina/ Caribe
- África
- Sudeste Asiático
- Other...

16. Y dentro de estas regiones, ¿Ha visitado alguno de estos países en concreto? (puede elegir varias opciones):

- Senegal
- Tailandia
- Colombia
- Sudáfrica
- Camboya
- Venezuela
- Cabo Verde
- Vietnam

- Cuba
- Kenia
- Filipinas
- República Dominicana
- Marruecos
- Indonesia
- Costa Rica
- Other...

17. Si ha visitado o planea visitar alguno de los destinos mencionados anteriormente, ¿contemplaría la opción de conocer y/o explorar su cultura y/o naturaleza local?

- Sí
- No
- Tal vez

18. ¿Cuáles fueron o serían las motivaciones para la elección de uno o varios de estos destinos mencionados anteriormente? (Puede elegir varias opciones)

- Relax
 - Aventura
 - No masificación
 - Naturaleza endémica
 - Oferta Gastronómica
 - Adquisición de conocimiento (cultura e historia local)
 - Experiencia Sexual
 - Voluntariado
 - Actividades deportivas
 - Other...
-

19. Los destinos mencionados anteriormente comparten problemáticas diversas que afectan al deterioro medioambiental, a la exclusión social, a la perpetuación de la pobreza, la explotación sexual de la población local, etc. ¿Conocía usted estas situaciones?

- SI
- NO

20. En caso de haber seleccionado la opción del 'NO', ¿Por qué cree que no conocía esta información?

- Falta de presencia en los medios de comunicación
- Falta de interés por su parte
- Falta de implicación por parte de la industria turística para que la información llegue al consumidor
- Other...

21. ¿Visitaría o ha visitado alguno de estos destinos a pesar de sus problemáticas y/o desafíos medioambientales, económicos, sociales o políticos?

- SI
- NO

22. Haya visitado o no el destino turístico de la isla de Cuba, ¿Es usted conocedor de las realidades sociales, económicas y represión política que experimentan las personas que residen allí?

- SI
- NO

23. En el caso de Sudáfrica, ¿Es usted conocedor de la segregación racial y socioeconómica que experimenta gran parte de su población local?

- SI
- NO

24. En el caso de países con grandes ingresos relacionados con la actividad turística como República Dominicana, Tailandia o Senegal ¿Es usted conocedor de que el turismo sexual supone un gran atractivo para ciertos sectores de población procedentes de países desarrollados?

- SI
- NO

25. En relación a las preguntas 21, 22 y 23 (y teniendo en cuenta la información que ofrece esta encuesta) ¿Visitaría estos destinos turísticos si sus condiciones personales se lo permiten?

- Sí
- No
- Tal vez

26. ¿Considera que la actividad turística favorece el desarrollo y crecimiento de estos países así como la calidad de vida de sus habitantes?

| | SI | NO | Tal vez |
|-----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| DESARROLLO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| CRECIMIENTO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| CALIDAD DE VIDA | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

27. ¿Considera usted que existen o podrían implementarse nuevas metodologías turísticas, relativas a la percepción de los destinos turísticos, a sus habitantes, y a las realidades y contextos que experimentan, que causaran un impacto en nuestros hábitos turísticos?

- SI
- NO

28. En caso de haber seleccionado la opción del 'SI' ¿Cuáles serían? (Puede seleccionar varias opciones)

- Incremento en el precio de la oferta turística
- Asignaciones económicas obligatorias a las administraciones y/o poblaciones locales
- Aportación porcentual de las ganancias del sector turístico a acciones que contribuyan al desarrollo y bi...
- Other...

29. Tras la realización de esta encuesta ¿considera usted que sus hábitos turísticos son respetuosos y sostenibles tanto en la perspectiva ambiental como social? Señale del 1 al 5 (siendo 1 muy poco y 5 mucho) entre las siguientes opciones:

| | 1. Muy poco | 2. Poco | 3. Mejorable | 4. Bastante | 5. Mucho |
|-----------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| AMBIENTAL | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| SOCIAL | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

30. ¿Considera que se deben realizar más campañas de sensibilización turística con respecto al impacto de la industria en los destinos y en sus poblaciones?

SI

NO

31. Según su criterio, marque a continuación una o varias respuestas que podrían aportar ideas para la creación de sensibilización turística:

- Exposición en medios de comunicación de las problemáticas que sufren los países de destino .
- exposición y explicación de contextos y realidades sociales, ambientales, de desarrollo, etc. de forma br...
- Facilitar información sobre la importancia de la interacción turística respetuosa.
- Sensibilización de la industria y sus profesionales a través de la herramienta de Educación para la Ciuda...
- Mayor alineamiento de la industria turística a mayor y a menor escala con los Objetivos de Desarrollo So...
- Other...