

Impacto de la Promoción de Actividades Turísticas en el Desarrollo del Turismo en Latinoamérica: Una Revisión Bibliográfica

Impact of the Promotion of Tourist Activities on the Development of Tourism in Latin America: A Bibliographic Review

Cristhian Yamir Moreira Cañarte Mgs.¹ <https://orcid.org/0000-0001-5036-7458>

Daryely Gelixa Ortiz PARRALES² <https://orcid.org/0009-0009-8620-4306>

Docente investigador en la carrera Turismo de la Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa-Ecuador

Estudiante de la Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa-Manabí-Ecuador.

ortiz-daryely4459@unesum.edu.ec

* **Autor para correspondencia:** cristhian.moreira@unesum.edu.ec

RESUMEN

El turismo juega un papel significativo en el desarrollo económico y social de los países latinoamericanos, y la promoción de actividades turísticas desempeña un papel crucial. Este artículo tiene como objetivo: realizar una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre el impacto de la promoción de actividades turísticas en el desarrollo del turismo en Latinoamérica. La metodología utilizada es de tipo documental y el tipo de estudio es explicativo y bibliográfico, se recopilaron y analizaron artículos sobre promoción turística publicados entre los años 2019 y 2023 en las bases de datos electrónicas más importantes, identificando en ellos los instrumentos de promoción turística. Los resultados obtenidos, destacan la importancia de la promoción de actividades turísticas en el desarrollo del turismo en Latinoamérica, resaltando sus beneficios económicos, sociales y culturales, así como la necesidad de abordar los desafíos para garantizar un crecimiento turístico equitativo y sostenible en la región.

Palabras claves: turismo, promoción, actividades turísticas, desarrollo, Latinoamérica.

ABSTRACT

Tourism plays a significant role in the economic and social development of Latin American countries, and the promotion of tourism activities plays a crucial role. This article aims to: carry out an exhaustive review of the existing literature on the impact of the promotion of tourist activities on the development of tourism in Latin America. The methodology used is documentary type and the type of study is explanatory and bibliographic, articles on tourism promotion published between 2019 and 2023 in the most important electronic databases were collected and analyzed, identifying in them the tourism promotion instruments. The results obtained highlight the importance of promoting tourism activities in the development of tourism in Latin America, highlighting its economic, social and cultural benefits, as well as the need to address the challenges to guarantee equitable and sustainable tourism growth in the region.

Keywords: tourism, promotion, tourist activities, development, Latin America.

Recibido: 13/04/2024

Aceptado: 12/11/2024

INTRODUCCIÓN

El turismo en Latinoamérica desempeña un papel fundamental en el desarrollo económico y social de la región. Desde las majestuosas ruinas de Machu Picchu en Perú hasta las impresionantes playas de Brasil, pasando por la rica herencia cultural de México y la exuberante biodiversidad de Costa Rica, Latinoamérica ofrece una amplia gama de destinos turísticos que atraen a millones de visitantes cada año. Esta industria no solo genera ingresos significativos, sino que también impulsa el crecimiento económico, promueve la creación de empleo y contribuye al desarrollo de infraestructuras y servicios.

El turismo ha emergido como una fuerza significativa en el desarrollo económico y social de Latinoamérica en las últimas décadas. En las Américas durante el primer trimestre de 2023 han viajado el doble de personas que en el mismo período de 2022 y llegó cerca del 85 %, de

los niveles registrados en 2019, antes de la pandemia.(«World Tourism Organization—UNWTO», 2022)

En términos económicos, el turismo representa una importante fuente de divisas para muchos países latinoamericanos. Los ingresos generados por el turismo no solo provienen de los gastos directos de los visitantes en alojamiento, transporte, alimentación y actividades recreativas, sino también de los efectos multiplicadores en la economía local. En la investigación publicada por la Organización Mundial de Turismo (OMT), titulada “UNWTO. Tourism Highlights 2018” se destaca que el número total de turistas internacionales que llegan crece continuamente y supera la previsión de largo plazo de la OMT, presentada anteriormente para el período de 2010 a 2020. Se observa, además, que persisten las tendencias regionales en el período previsto. En este contexto, América Latina, que comprende todo el subcontinente meridional, México y los países del Caribe, presenta en general resultados positivos, lo que evidencian los datos estadísticos citados en el informe del Consejo mundial de viajes y turismo (World Travel & Tourism Council. WTTC) titulado “El viaje y el impacto económico del turismo en 2018. América Latina” citado por Voronkova, L. P. (2019)

Este impacto en el crecimiento de turistas y actividades turísticas en la región, es considerado importante pues constituye una clave para el desarrollo económico y social de Latinoamérica. Su capacidad para generar ingresos, empleo y oportunidades de inversión lo convierte en un sector estratégico para el crecimiento sostenible y la reducción de la pobreza. Por lo anterior es fundamental abordar investigaciones como esta que tiene como objetivo, realizar una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre el impacto de la promoción de actividades turísticas en el desarrollo del Turismo en Latinoamérica. La presente investigación es de tipo documental y el tipo de estudio es explicativo y bibliográfico y se realizó a través de la recopilación y análisis de artículos sobre promoción turística publicados entre los años 2019 y 2023 en las bases de datos electrónicas más importantes, identificando en ellos los instrumentos de promoción turística.

Con el estudio se pretende, además, destacar la importancia de la promoción de actividades turísticas en el desarrollo del turismo en Latinoamérica, resaltando sus beneficios económicos, sociales y culturales, así como la necesidad de abordar los desafíos para garantizar un crecimiento turístico equitativo y sostenible en la región.

La investigación que se realizó es dada por la finalidad de poder contar con datos cercanos a la realidad del porqué del fomento al turismo, así mismo contrarrestar diversas investigaciones existentes con la actual, que defina el alto impacto que tiene en los países de Latinoamérica en cuanto a materia de turismo. El turismo es una parte sustancial y no menos importante en la dinámica de las economías de los países, ya que generan circulante y fomentan y mantienen fuentes de trabajo.

MÉTODOS

Diseño y tipo de estudio: La presente investigación es de diseño documental y el tipo de estudio es explicativo y bibliográfico.

Estrategia de búsqueda: Se realizó una revisión bibliográfica de artículos científicos en idioma castellano en revistas indexadas en PubMed, Scopus, Biomed Central, Scielo y Science Direct. Para la recopilación de información se utilizaron palabras claves tales como: Promoción turística; Promoción turística; Estrategias de marketing; Destino turístico Se empleó el uso del boleanoza ``and``, ``or`` ya que el interés fue examinar las publicaciones referentes a la promoción de actividades turísticas y su impacto en el turismo en los países de Latinoamérica

Criterios de Inclusión

Se incluyó todo artículo en castellano publicados y referentes al tema que se trató en los años correspondientes a partir de 2019. Se analizaron los materiales y métodos de cada artículo, cuyo diseño cumpliera con los criterios definidos, se seleccionaron para resultados aquellos artículos con definición clara acorde a los objetivos, y con conclusiones acordes a los resultados del análisis

Criterios Exclusión

Se exceptuó todo artículo con información insuficiente y publicada en años inferiores al 2018. Además, se exceptuaron los trabajos publicados que no permitieron acceso libre.

Materiales, equipos e instrumentos

Los materiales, equipos e instrumentos que se emplearon en la investigación fueron los siguientes: hojas, lapiceros, internet y laptop

Consideraciones Éticas: De acuerdo a la ley 23 de 1983, se respetaron los derechos de autor, realizándose una adecuada citación y referenciarían de la información de acuerdo a las normas APA.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Tabla 1.- Importancia de la promoción en las actividades turísticas en los países de Latinoamérica

Autores	Año	País o Ciudad	Tipo de investigación	Resultados	Referencias
Roigé y colaboradores	2019	España	Bibliográfico	Los elementos patrimoniales tienen una fuerte carga simbólica, pero la mayoría se han creado y redefinido en relación con el turismo.	(Roigé et al., 2019)
Delgado del Carpio de Escalante	2020	Ecuador	Bibliográficas	Las políticas turísticas para la conservación del patrimonio cultural y de los entornos naturales, desean asegurar la distribución equitativa de los beneficios del sector entre las comunidades receptoras de manera sostenible	(Delgado , 2020)
Cordero Juan Carlos	2019	Colombia	Experimental y descriptivo	Las comunidades locales se deben incorporar de manera más activa a la planificación turística. Es justo reconocer que la incorporación de la comunidad local en el desarrollo turístico no es una tarea fácil.	(Cordero , 2019)
Acle-Mena y colaboradores	2020	México	Correlacional y Transversal	Se demostró que la gastronomía tradicional de la ciudad de Puebla, es un atractivo turístico detonante de la actividad turística de la ciudad.	(Acle-Mena et al., 2020)
Chinchay-Villarreyes y colaboradores	2020	Perú	Investigación correlacional	Las ferias temáticas y las redes sociales son consideradas como las principales estrategias que fomentan el turismo religioso sobre tradiciones y costumbres, estas permitirán aumentar el turismo sostenible en el país, lo cual beneficia a las comunidades anfitrionas en el aspecto económico, social y ambiental.	(Chincha y-Villarreyes et al., 2020)
Morillo Suñiga	2022	Ecuador	Revisión bibliográfica	Al realizar una publicidad referente a un destino turístico o una ciudad es necesario irlo enlazando con una marca a un territorio, de tal manera que permita visualizar los recursos	(Morillo Suñiga, 2022)

				que esta posee y los servicios disponibles que posee dicho lugar.	
Yáñez J.	2021	Chile	Exploratoria-descriptiva	En cuanto a los atractivos turísticos, este estudio mostró la importancia que tuvo la identificación temprana de atractivos para el desarrollo de un destino turístico diferenciador del resto de los países de la región.	(Yáñez, 2021)
Segrado Pavón y Balbuena Portillo	2022	Paraguay	Estudio exploratorio con datos cualitativos	Los recursos naturales, tradiciones, costumbres y características culturales de las etnias presentes en la región son múltiples y pueden ser la base de una oferta interesante para los visitantes. Además de los museos menonitas, la historia, la fauna y flora, existen manifestaciones y combinaciones étnico-culturales únicas de los grupos aborígenes, como el “Arete guasu”.	(Segrado Pavón & Balbuena Portillo, 2022)

Fuente: Elaboración propia.

Análisis e Interpretación

En los autores mencionados argumentan como factor común la gastronomía como atractivo turístico y que además tiene influencia directa en los turistas. La gastronomía va de la mano con las características y costumbres locales, es decir el turista no consume en un lugar comida que no sea parte de la tradición local. Por otro lado, los elementos turísticos tienen preponderancia en cuanto a su funcionalidad como atractivo turístico. Estos elementos van de la mano con las políticas propias de la comunidad o lugares considerados afluentes turísticos. Además de los recursos mencionados, también existen los denominados recursos naturales, en donde flora y fauna convergen para que un lugar sea calificado como potencialmente turístico y participe en la actividad económica del sector, y más aún si hay poblaciones en donde exista el comercio de elementos étnicos culturales como la artesanía

Tabla 2.- Impacto de las actividades turísticas y su beneficio en el turismo en los países de Latinoamérica

Autores	Año	País o Ciudad	Tipo de investigación	Resultados	Referencias
Blanco M S	2019	Uruguay	No experimental, transaccional, de tipo descriptivo	Los servicios y productos que son “preferidos” dentro del destino son los que pueden causar un mayor convencimiento en los clientes. Generalmente en	(Blanco, 2019)

				un destino los que presentan mayor capacidad para convencer son las propuestas gastronómicas y de alojamiento.	
Martel Zevallos y colaboradores	2019	Perú	Aplicativa, con un enfoque cuantitativo, diseño experimental y de alcance descriptivo correlacional-explicativo	Se demostró cómo la estrategia de diferenciación se relaciona con el impacto social en el centro. Los encuestados indican que la razón principal de los visitantes al lugar es por su aspecto religioso (resaltando la visita a la Ermita, la Capilla, entre otros).	(Martel-Zevallos et al., 2019)
Santamaría Freire y López Pérez	2019	Ecuador	Descriptivo, no experimental, de campo.	A pesar del aprendizaje positivo, la otra cara del turismo es la pérdida de costumbres propias. No se tiene conciencia sobre la identidad y cultura propia esta puede ir desapareciendo, es por ello por lo que se debe catalogarlo como forma de engrandecimiento personal.	(Santamaría-Freire & López-Pérez, 2019)
Moral Moral M y colaboradores	2019	España	Revisión bibliográfica	Se sugiere el desarrollo de acciones de promoción y difusión entre los gerentes rurales de los beneficios ambientales, sociales y económicos que para el alojamiento y el entorno suponen la implementación de medidas sostenibles,	(Moral Moral et al., 2019)
Castelo V	2020	Argentina	Revisión documental o bibliográfica	Entre tanto, grandes segmentos de la actividad turística se desarrollaban dentro de un paradigma de crecimiento indefectible e inevitable.	(Castello, 2020)
Brida J G y colaboradores	2021	Colombia	Metodología de Descomposición del Crecimiento	El crecimiento del turismo en Medellín ha acompañado el crecimiento de toda la economía, pues nunca hay aportes negativos como sí se ve en la mayoría de otros sectores, manifestando la regularidad del turismo como un factor de crecimiento, lo que corrobora la inversión en turismo como un espacio de administración financiera de riesgo	(Brida et al., 2021)

Echeverría Rubio y Vieira Salazar	2022	Colombia	Análisis bibliométrico	Desde el turismo y las comunidades sostenibles se pone de manifiesto la importancia de los distintos agentes (por ejemplo, empresas, comunidades, gobiernos, turistas) en el turismo sostenible.	(Echeverría Rubio & Vieira Salazar, 2022)
Sutty Segovia y colaboradores	2023	Colombia	Exploratorio-descriptivo	Se puede mencionar que tras los trabajos efectuados por los actores locales con apoyo del sector privado y entes gubernamentales como la SENATUR y la Municipalidad han generado impactos positivos principalmente en los componentes socioculturales y económicos, como la generación de ingresos, creación de empleos, capacitaciones, revaloración de la cultura local y mejora de infraestructuras.	(Sutty Segovia et al., 2023)

Fuente: Elaboración propia.

Análisis e Interpretación

Para saber sobre el nivel de impacto que tiene el turismo en un lugar determinado se debe tener en cuenta indicadores turísticos que son considerados como información estratégica para mantener el turismo sostenible. Esto se debe tener claro, porque surge la interrogante, que lugares en donde hay turismo, que no decae, que las visitas aumentan, y otros lugares en donde se conoce que “alguna vez fue potencia turística”. Los ingresos generados tienen un alto impacto en las economías locales, lo que permite en algunos casos el eje de desarrollo económico, más allá de generar ingresos locales, es incentivar la sostenibilidad innovando las estrategias turísticas de los diversos destinos turísticos existentes. Existen lugares altamente potenciales turísticos, pero por pésimas administraciones políticas no desarrollan dicho potencial disminuyendo la economía local y en el peor de los casos adoptan costumbres foráneas perjudicando lo interno en materia de turismo.

En el caso del turismo, no es ver como producto solamente, sino como servicio, destino, pues existen elementos visuales, gastronómicos, e intangibles como la cultura que deben despertar el interés de la persona. Los eventos culturales en los últimos años se han constituido en un

factor de atractivos para el turista en dónde la promoción no es sólo tradicional, sino que se utiliza el marketing digital. La nueva era, y más aun con la llamada IA se da apertura a que más personas conozcan de lugares turísticos lo que en antes no era posible conocer. El turismo se globaliza con la tecnología, la facilidad del acceso a la información hace y permite que en cuestión de segundos se tenga el destino turístico claro e inclusive la ruta y modos de llegar es con más facilidad que antes.

DISCUSIÓN

En la tabla 1, se reflejaron los resultados de acuerdo a los objetivos planteados el cual intervinieron los siguientes autores: Acle-Mena (2019) coincide con Segrado Pavón & Balbuena Portillo, (2022) en cuanto a lo denominado patrimonio cultural, en donde va integrado costumbres, tradiciones, gastronomía, expresiones pluriculturales, aunque Acle hace énfasis en la gastronomía es igual un elemento turístico que entra en las denominadas costumbres. Además, Roigé et al., (2019) también está de acuerdo en que el patrimonio define la relación con el turismo y este con el usuario. Por otro lado, la promoción turística va de la mano con políticas turísticas con la finalidad de promover el desarrollo del potencial turístico local como se relaciona el resultado de las investigaciones de Delgado, (2020), las comunidades deben tener participación activa en la toma de decisiones en cuanto a materia turística en contraparte con Yáñez, (2021) que expresa que se debe tener una identificación primero de los atractivos turísticos para luego promoverlos.

En la tabla 2, se reflejaron los resultados de acuerdo a los objetivos planteados el cual intervinieron los siguientes autores: Moral Moral et al., (2019) tiene concordancia con Martel-Zevallos et al., (2019) en cuanto al impacto social que tiene el turismo local. Las dos investigaciones plantean el hecho de realizar encuestas que les permite manejar datos precisos en cuanto a preferencia de consumo turístico y demuestra que dichos instrumentos son necesarios como herramienta fiable para tener datos estadísticos confiables. Morillo Suñiga, (2022) en su estudio también manifiesta que los destinos turísticos demuestran un impacto social positivo, sin embargo, Brida et al., (2021) establece que la costumbre y gastronomía se puede ver afectada cuando la comunidad adquiere costumbres de otros lados y los adoptan como propia, a su vez estos autores, plantean como resultado, la importancia de la estadística en estos temas de investigaciones ya que se demuestra que los ingresos son

positivos en cuanto a manejo y reactivación económica en beneficio de la localidad. Y en el caso de Castello, (2020) y (Echeverri Rubio & Vieira Salazar, (2022) llegan a un acuerdo en lo referente al turismo sostenible en cuanto al manejo de variable de crecimiento demostrando así que el turismo no es sector que debe estancarse, sino al contrario debe ser incentivado por políticas de desarrollo sostenible con la política en generación de espacio productivo y empleo como lo manifiesta Suty Segovia et al., (2023)

CONCLUSIONES

El turismo es una actividad que es dinámica, que establece nexos con la economía local, cuando se refiere a locales donde se desarrolla la actividad en sí. El turismo toma en cuenta el patrimonio, las costumbres que se dan en una comunidad como la gastronomía, elementos identitarios como expresión cultural (artesanía). Estos elementos turísticos son los que van a entablar directa con el usuario, por lo que es factible que el bien sea plenamente identificado por el usuario para tener un impacto social y económico mayor.

Las estadísticas demostradas dan a entender el impacto positivo que tiene el turismo en las economías locales, esto indica que la demostración numérica es necesario para manejar propuestas o mejoras encaminadas a incentivar la promoción turística, también se considera que el turismo no debe dejar que influya elementos externos como propio, ya que esto perjudica en la identificación de elementos autóctonos como la gastronomía. Todo esto debe dirigirse para la sostenibilidad del turismo.

El manejo del marketing digital es una estrategia que no debe dejarse de lado, a pesar que en ciertos momentos se utilice la comunicación directa tradicional o el conocido boca a boca. El turismo está a la par del manejo de las tecnologías como redes sociales, código QR, que permite procesar de manera rápida y ágil la información turística y segmentada. Esto hace factible que la información sea dada y al alcance de forma inmediata y confiable en todo momento.

En resumen, esta revisión bibliográfica destaca la importancia de la promoción de actividades turísticas en el desarrollo del turismo en Latinoamérica, resaltando sus beneficios económicos, sociales y culturales, así como la necesidad de abordar los desafíos para garantizar un crecimiento turístico equitativo y sostenible en la región.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acle-Mena, R. S., Santos-Díaz, J. Y., & Herrera-López, B. (2020). La gastronomía tradicional como atractivo turístico de la ciudad de Puebla, México. *Revista de investigación, desarrollo e innovación*, 10(2), 237-248. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2027-83062020000100237&script=sci_arttext
- Blanco, M. S. (2019). Producto Turístico Sostenible en Uruguay: Impacto generado en resultados financieros. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 12(27), 37. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746145>
- Brida, J. G., Brindis, M. A. R., & Mejía-Alzate, M. L. (2021). La contribución del turismo al crecimiento económico de la ciudad de Medellín–Colombia. *Revista de economía del Rosario*, 24(1), 1. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7727354>
- Castello, V. (2020). Desafíos y oportunidades para el turismo en el marco de la pandemia COVID-19. *Cuadernos de política exterior argentina*, 131, 115-118. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7497247.pdf>
- Chinchay-Villarreyes, S. S., Córdova, J. I. C., Tume, A. A. A., & Sanz, R. S. S. (2020). Estrategias de promoción para el fomento del turismo religioso en Perú. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(3), 272-283. <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519020/28063519020.pdf>
- Cordero, J. C. M. (2009). COMUNIDAD RECEPTORA: ELEMENTO ESENCIAL EN LA GESTIÓN TURÍSTICA. *Gestión Turística*, 11, Article 11. <https://doi.org/10.4206/gest.tur.2009.n11-06>
- Delgado del Carpio de Escalante, P. G. (2020). Las políticas Turísticas en la Promoción del turismo cultural, 2019. *Centro Sur*, 4(1). https://www.researchgate.net/profile/Peggy-Delgado-Del-Carpio/publication/342588643_Las_politicas_Turisticas_en_la_Promocion_del_turismo_cultural_2019_-_Tourist_policies_in_the_Promotion_of_cultural_tourism_2019_Centro_sur/links/5

efc1643299bf18816f609c2/Las-politicas-Turisticas-en-la-Promocion-del-turismo-cultural-2019-Tourist-policies-in-the-Promotion-of-cultural-tourism-2019-Centro-sur.pdf

- Echeverri Rubio, A., & Vieira Salazar, J. A. (2022). Tendencias en la investigación del turismo sostenible en Latinoamérica y el Caribe: Un análisis bibliométrico. *Revista Universidad y Empresa*, 24(42). http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0124-46392022000100010&script=sci_arttext
- Martel-Zevallos, D. J., Salinas-Alejandro, N. J., Rasmuzzen-Santamaría, R. V., & Maylle-Montalvo, S. (2019). Propuesta de valor y el impacto del turismo: Un estudio en el centro poblado Las Pampas de Tomayquichua-Huánuco, Perú. *Investigación Valdizana*, 13(3), 128-134. <https://www.redalyc.org/journal/5860/586062185002/586062185002.pdf>
- Moral Moral, M., Fernández Alles, M. T., & Sánchez Franco, M. J. (2019). Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales. *Espacios*, Vol. 40, Núm. 1. <https://rodin.uca.es/handle/10498/29835>
- Morillo Suñiga, C. M. (2022). *Estrategias de marketing digital y el desarrollo del turismo religioso del Santuario Gruta de la Paz, cantón Montufar, Provincia del Carchi* [bachelorThesis, BABAHOYO: UTB, 2022]. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/12117>
- Roigé, X., Del Mármol, C., & Guil, M. (2019). Los usos del patrimonio inmaterial en la promoción del turismo. El caso del Pirineo catalán. *PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 17(6), 1113-1129. <https://www.redalyc.org/journal/881/88165960002/88165960002.pdf>
- Santamaría-Freire, E. J., & López-Pérez, S. de los A. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista venezolana de gerencia*, 24(86), 417-434. <https://biblat.unam.mx/es/revista/revista-venezolana-de-gerencia/articulo/beneficio-social-de-la-actividad-turistica-en-ecuador>
- Segrado Pavón, R. G., & Balbuena Portillo, M. C. (2022). Multiethnicidad como atracción turística del Chaco Paraguayo. Periodo 2020-2030. *Población y Desarrollo*, 28(54), 26-41. http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2076-054X2022005400026

- Sutty Segovia, H. I., Cáceres Ocampos, Y. del C., Sánchez Bobadilla, F., & Leiva Ojeda, M. A. (2023). *Impactos generados por la actividad turística en el desarrollo local del Municipio de Yaguarón, desde el año 2010 al 2020*. <https://www.sidalc.net/search/Record/oai:scielo:S2708-04122023000100024/Description>
- World Tourism Organization—UNWTO. (2022). En *The Europa Directory of International Organizations 2022* (pp. 404-407). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003292548-82>
- Yáñez, J. C. (2021). El turismo y los inicios de una industria en Chile (1910-1950). *América Latina en la historia económica*, 28(3). <https://doi.org/10.18232/alhe.1189>

Contribución de autoría:

Cristian Yamir Moreira Cañarte: autor principal contribuyó con la idea original, diseño del estudio, revisión de la literatura, análisis de los datos de revisión, el análisis y discusión de los resultados y revisión final.

Daryely Gelixa Ortiz Parrales: contribuyó en la revisión y análisis de la literatura, la interpretación de los datos de revisión y en el análisis y discusión de los resultados.

Declaración de conflicto de intereses: los autores declaran no poseer ningún conflicto de interés entre ellos.