

Intervención del Estado y políticas turísticas en pandemia. Un análisis comparado entre Argentina y México

Erica Schenkel*

Universidad Nacional del Sur – CONICET (Argentina)

Erika Patricia Cárdenas Gómez**

El Colegio de Jalisco (México)

Resumen: El objetivo del artículo es aplicar un análisis comparado entre Argentina y México que permita complejizar el impacto de la pandemia en las políticas turísticas implementadas por gobiernos de América Latina desde las significancias nacionales. Para ello, se realizó un análisis documental y de contenido a partir de fuentes bibliográficas, hemerográficas y documentales y se aplicaron entrevistas semiestructuradas a representantes de organismos públicos y privados y a académicos de ambos países. Los resultados evidencian que a pesar de que estos países iniciaron de una apuesta similar, con una prevalencia de las políticas de promoción al turismo receptivo (internacional), lo acontecido a partir de la expansión del SARS-Cov-2 circunscribe escenarios contradictorios. Esto se debió a múltiples condicionantes, algunos de los cuales fueron identificados en el estudio, unos de estos internos (estrategias sanitarias y políticas turísticas implementadas en pandemia, incidencia del turismo en las macroeconómicas) y otros externos (mercados emisivos, inicio del proceso de vacunación e impacto económico de la emergencia sanitaria).

Palabras clave: Políticas turísticas; Pandemia Covid-19; Análisis comparado; Argentina; México.

State intervention and tourism policies in pandemics. A comparative analysis between Argentina and Mexico

Abstract: This article aims at applying a comparative analysis between Argentina and Mexico, to see in depth the impact of the pandemic on tourism policies of national significance implemented by Latin American governments. The analysis was based on a review of the existing literature, the press and documentaries. Likewise, several semi-structured interviews were conducted with public officials and academics. The results reveal that although these two countries started out with similar commitments, with a clear prevalence in the sectoral agenda of policies towards promoting inbound tourism (international), these scenarios changed dramatically and diverged after the spread of Covid-19. The reasons for these changes and divergences were many and different, some of which are highlighted in the study, some internal (health strategies and tourism policies implemented in the context of emergency, impact of tourism on national macroeconomics) and others external (outbound travel markets, start of the vaccination process and economic impact of the health emergency).

Keywords: Tourism policies; Covid-19 pandemic; Comparative analysis; Argentina; Mexico.

* <https://orcid.org/0000-0002-5456-2119>; E-mail: ericachenkel@gmail.com

** El Colegio de Jalisco (México); <https://orcid.org/0000-0003-2293-2784>; E-mail: cardenas.erikapatricia@gmail.com

Cite: Schenkel, E. & Cárdenas Gómez (2025). Intervención del Estado y políticas turísticas en pandemia. Un análisis comparado entre Argentina y México. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 23(3), 701-718. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2025.23.045>.

1. Introducción

Las restricciones de viajes introducidas en muchos países del mundo a partir de la Pandemia COVID-19 trastocaron las bases del modelo turístico que conducía las políticas sectoriales desde hacía décadas. En el contexto de cuarentenas, pruebas obligatorias y cierre de fronteras, el turismo receptivo (internacional), que venía siendo el gran protagonista de nuestras agendas públicas, sufrió la caída más significativa de su historia. Los propios registros de la Organización Mundial del Turismo – OMT (2021) reflejan una variación interanual en los arribos internacionales de -74% en 2020. Esto se tradujo en una pérdida de USD 1,3 billones en ingresos de exportación y una reducción de entre 100 y 120 millones de empleos turísticos directos, muchos de ellos de pequeñas y medianas empresas (OMT, 2021). Dichas caídas tuvieron una fuerte incidencia en el devenir de las economías nacionales, principalmente en aquellos países que presentaban una alta dependencia a la actividad turística (Pantojas, 2022).

En este marco extraordinario acontece una reformulación de las agendas sectoriales que en muchos casos vuelven a apostar por el turismo nacional (Velasco González, 2020). La centralidad que había asumido el turista internacional, dio lugar a la del propio residente, que pasó a ser nuevamente un blanco subsidiado de las políticas turísticas. En términos de prácticas y destinos se observó una revalorización de modalidades y lugares poco consolidados y una reconversión de destinos tradicionales, que debieron innovar para motivar un viaje en tiempos de pandemia (Cañada e Izcara, 2021). Este cambio de escenario, fue advertido rápidamente por muchos gobiernos latinoamericanos que comenzaron a reformular sus políticas sectoriales. Tal es el caso de Argentina, Chile, Colombia, Ecuador y Uruguay que, una vez programadas las primeras reaperturas y con las fronteras internacionales aún cerradas, impulsaron programas para reactivar el turismo nacional a partir de la aplicación de diversos instrumentos (créditos, subsidios, beneficios fiscales, despliegue de infraestructura y equipamiento), que buscaron tanto un sostenimiento de la oferta como una expansión de la demanda (Schenkel, 2019).

Sobre la base de lo señalado, el artículo presenta resultados de una investigación que se ha propuesto estudiar diferentes políticas turísticas implementadas en pandemia en el contexto de América Latina. En este marco general, el objetivo del artículo es aplicar un análisis comparado entre Argentina y México que permita complejizar el impacto de la pandemia en las políticas turísticas implementadas por gobiernos latinoamericanos desde las significancias nacionales.

Estos países seleccionados como estudios de caso cobran especial relevancia en el contexto regional por diferentes razones. En primer lugar, exponen la diversidad de estrategias desplegadas en el escenario de emergencia: mientras que México, se caracterizó por ser uno de los pocos países a nivel internacional que no tuvo cierre de fronteras en ningún momento de la pandemia; en Argentina, dichas limitaciones se prolongaron por más de un año. En segundo lugar, ambos países constituyen los principales destinos turísticos de América Latina. Para el año 2019 México recibió 45,02 millones de arribos para liderar ampliamente el ranking regional, en tanto que Argentina, se ubicó en segundo lugar, con 7,40 millones de llegadas (OMT Dashboard). Otro dato de relevancia, es el contraste entre sus principales mercados emisivos: por una cuestión de proximidad, México exhibe una alta dependencia al flujo norteamericano, mientras que en Argentina prevalece un mercado más diverso de origen sudamericano, integrado principalmente por Brasil, Chile, Paraguay, Uruguay y Bolivia.

A partir de esta malla argumentativa, la investigación plantea como punto de partida que, la expansión de la pandemia en la región: (i) presenta impactos particulares debido a la incidencia de contextos específicos; (ii) circumscribe respuestas diferenciadas, en términos de intervención del Estado y el impulso de políticas sectoriales, a una problemática común; y (iii) explicita una recuperación de la actividad que aparece condicionada por la dependencia a diferentes mercados emisivos y las propias estrategias desplegadas por los Estados.

Los resultados alcanzados comprueban que a pesar de que estos países latinoamericanos iniciaron de una apuesta similar, con una prevalencia de las políticas de fortalecimiento de arribos internacionales y de las acciones de promoción turística en el exterior, lo acontecido a partir de la expansión del SARS-Cov-2 circumscribe dinámicas contradictorias. Esto se debió a múltiples condicionantes, entre los que se identifica la implementación de diferentes estrategias para afrontar la pandemia. Mientras que, en Argentina, la reformulación que atraviesan las políticas turísticas refleja cómo la caída del turismo internacional constituyó una oportunidad para posicionar otras demandas en la agenda sectorial y apostar por nuevas estrategias de intervención, pensadas a partir del turismo doméstico; en México, el gobierno optó por medidas más flexibles, que a su vez finalizaron a los pocos meses de haberse aplicado e incluyeron una apertura permanente al turismo internacional sin ningún tipo de restricción.

2. Intervención del estado y políticas turísticas

A la par del crecimiento que transitó la actividad turística hasta la irrupción de la Pandemia COVID-19 se evidenciaba un creciente interés de los gobiernos, en sus diferentes niveles administrativos, que veían en el turismo receptivo una alternativa para alcanzar el ansiado desarrollo. Esta apuesta de los Estados se fundamentaba en los impactos económicos positivos que quedaban asociados a esta expansión del sector (Aguiló y Vichi, 1996; Monfort, 2000; Fayos-Solá, 2004; Díaz Pérez, 2006; Barroso y Flores, 2007; Izard, 2010). Entre los cuales destacan los ingresos por exportaciones (viajes y transporte de pasajeros), que en 2019 ubicaron al turismo como la tercera mayor categoría de exportación del mundo, después de los combustibles y productos químicos, y por delante de los productos automotrices y los alimentos. Lo anterior llevaba a la OMT (2019) a precisar acerca de la contribución de estos ingresos en la creación de puestos de empleo, la promoción de empresas, el desarrollo de las economías locales y regionales y en la balanza de pagos, particularmente en países en vías de desarrollo.

En este marco, los gobiernos latinoamericanos venían interviniendo en el sector de forma cada vez más deliberada, lo que incluyó diseñar políticas públicas específicas, que destinaban sus propios recursos, actores y normas a fortalecer el turismo receptivo (Schenkel 2019). La participación del Estado, vinculada en sus inicios a la promoción de la clase trabajadora, el disfrute del tiempo libre y las vacaciones pagadas, presentó un cambio significativo en las últimas décadas, para comenzar a financiar acciones de promoción en el exterior tanto o más como se venía haciendo en las dimensiones físicas de los destinos. Hall (2010: 10) afirma que el nuevo papel del Estado genera un dilema político:

Por un lado se demanda menos interferencia del gobierno en el mercado y el permiso para que las industrias desarrollen y operen sin subsidios gubernamentales o de asistencia, mientras que, por otro lado, los grupos industriales de interés aún buscan tener la política del gobierno desarrollada en su favor, incluyendo el mantenimiento de los fondos gubernamentales para la promoción y el desarrollo.¹

Desde esta perspectiva, las políticas turísticas materializan la acción pública en relación con el turismo, es decir, implican aquello que los gobiernos deciden hacer o no hacer en relación concreta con el sector (Hall 2010). Más específicamente, Goeldner y Ritchie (2012: 326-327) definen la política turística como un conjunto de “regulaciones, normas, pautas, directivas, objetivos y estrategias de desarrollo/promoción que provén un marco dentro del cual son tomadas las decisiones colectivas e individuales, concierne al desarrollo turístico a largo plazo y las actividades cotidianas dentro de un destino”²; mientras que, González Reverté e Izard (2010: 39) afirman que es “una especialización o micropolítica que la administración pública usa para establecer una serie de directrices de ordenación, planificación, promoción y regulación de la actividad turística”.

Dichas acciones en materia turística se interrumpen a partir de la expansión de la Pandemia SARS-CoV-2. En ese entonces, el propio dinamismo que caracteriza la actividad turística (Werner y Wegrich, 2007) se vio agravado por la excepcionalidad de una crisis sanitaria, debido a que ningún gobierno contaba con experiencias previas para intervenir y contrarrestarla. También habría que puntualizar, que la crisis no fue prevista por alguna empresa, país u organismo internacional (Kremer, 2020). Las decisiones que tenían que tomar los gobiernos era de manera expedita, pues la vida de sus pobladores estaba en juego. Por esta razón algunos autores clasifican a las políticas públicas implementadas en esta época como reactivas (Kremer, 2020). También habría que agregar el hecho, de la posición en que se encontraban los gobiernos cuando surgió la crisis sanitaria. Unos habían dejado en manos privadas al sector de la salud, como fue el caso de Estados Unidos de América; y otros habían disminuido sus inversiones en dicho rubro (Roth, 2021), por lo que estaban presentes las huelgas de personal, las caídas de stocks en aparatos, instrumentos y materiales, como sucedió en México (Maríñez y Fernández, 2020).

En esa situación compleja y caótica se continuaba con la implementación de acciones sectoriales. Ello lo exigía el contexto, los actores y las instituciones. Así, por ejemplo, en el caso de México los gobiernos de las entidades federativas que dependían del turismo, solicitaban al gobierno federal que el turismo fuera considerado como una actividad prioritaria. Por su parte, los gobiernos federales tuvieron que concentrar más el poder para hacer valer sus decisiones y tratar de controlar los distintos escenarios. Muchas de las veces, las acciones gubernamentales se consideraron autoritarias, lo que tensó las relaciones entre la federación, el estado y los municipios. Esto último, se vio agravado en Argentina, ante las duras medidas sanitarias implementadas por el Estado. Si bien dichas acciones impactaron en toda la economía, el sector turístico sufrió directamente las medidas del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio, que incluyeron la prohibición a la circulación dentro del país con fines no esenciales y la suspensión de las

llegadas de todos los vuelos que unían el país con destinos considerados de riesgo (Schenkel, 2024). La dureza de estas medidas decretadas por los Estados Nacionales llevó a algunos autores a afirmar que hubo un retroceso en los procesos de gobernanza que se venían gestando (la excusa que se utilizaba era que por la premura de los tiempos no se consultaban a todos los actores) y una precarización de la democracia (Roth, 2021). En cuanto a esto último, habría que enfatizar el papel destacado que tuvo el sistema de conocimiento “técocrático” para afrontar la crisis sanitaria. Muchas de las decisiones que los gobiernos tomaron estuvieron basadas por las aportaciones que el gremio médico y epidemiólogo. Así pues, en este contexto, se observan claramente dos de las unidades causales de la teoría de gobierno que propone Aguilar (2022), 1) el ordenamiento normativo y 2) el sistema de conocimiento. Faltaría agregar la importancia que cobran los recursos económicos en el momento de implementar las políticas públicas (Corzo, 2022). Tema se saldrá a relucir en párrafos posteriores.

Partiendo de esta malla argumentativa, y a los fines metodológicos, el estudio de las políticas turísticas permite realizar una aproximación a determinadas formas de problematizar la actividad (su respectiva instrumentación y despliegue socio territorial), las cuales quedan asociadas a intereses del Estado y a relaciones de éste con los demás actores gubernamentales y privados, que dinámicamente ocupan un lugar protagónico en los procesos de toma de decisión (Velasco, 2004). Lo anterior posibilita indagar qué ha sucedido con dichas estrategias de gobierno a partir de la irrupción de la COVID-19, cuando las medidas de aislamiento y distanciamiento social fueron en detrimento de los viajes internacionales y de este modo, de las políticas sectoriales que venían conduciendo las agendas públicas desde hacía décadas. En este contexto, cobra especial relevancia poder responder: ¿Cuál han sido el impacto de la crisis sanitaria en la actividad turística de Argentina y México? ¿De qué manera ha afectado la intervención de los Estados Nacionales? ¿Cuál fue el alcance de las políticas turísticas implementadas? ¿Qué características asume el proceso de reactivación? ¿A partir de qué mercados turísticos se impulsa? ¿Qué prácticas, modalidades y destinos turísticos se valorizan?

3. Metodología

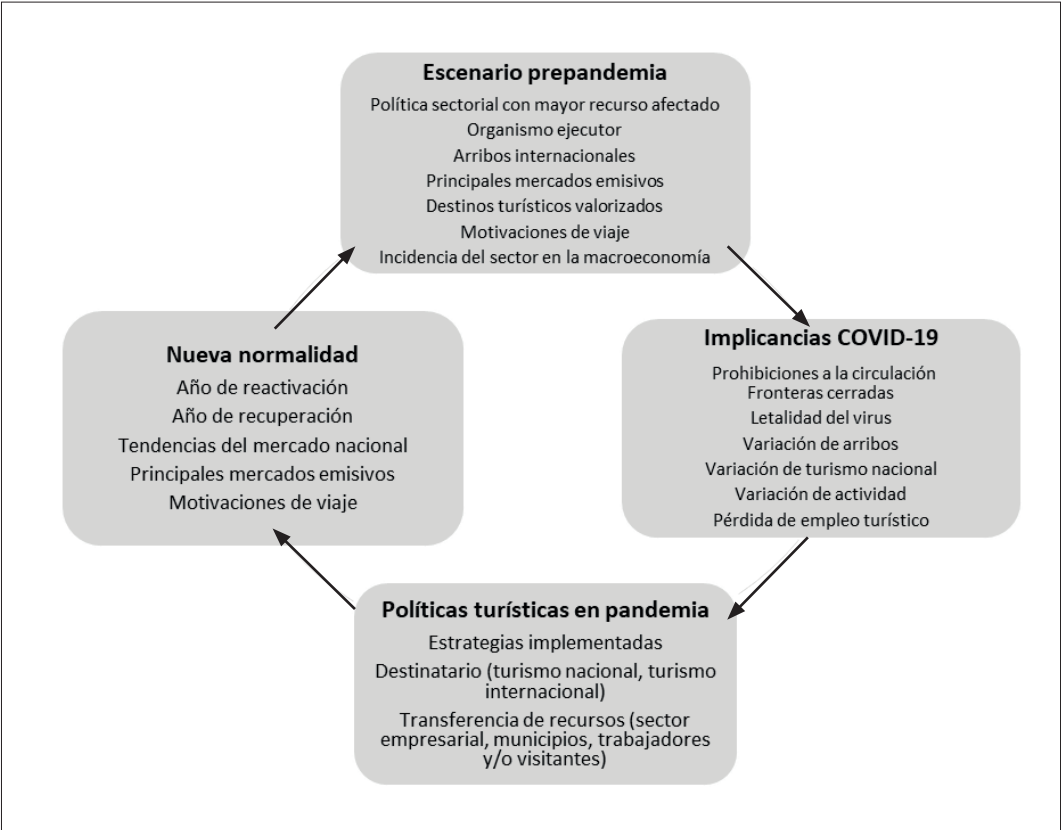
El enfoque de políticas comparadas constituye un campo de estudio específico que permite explicar particularidades que asumen estrategias similares a partir de la contratación de variables (Grau y Mateos, 2002; Persons, 2008). La selección de estas variables exige que sean categorías analíticas con la suficiente generalidad, como para aplicarse a diferentes casos de estudio, y a su vez con relevancia empírica para identificar las diferencias. Esto evita la utilización de “conceptos tan amplios que sean inespecíficos, o tan específicos que impidan comparar países diferentes” (Bulcourn y Cardozo, 2008: 12). Por ello, este tipo de abordajes cobra relevancia en el estudio de un acontecimiento de alcance internacional, como ha sido el impacto de la Pandemia COVID-19 en el sector turístico, cuando a su vez se quiere profundizar en las significancias nacionales que condicionan dicho evento.

Para la identificación de estas variables, el estudio se valió de técnicas cuantitativas (análisis de estadísticas y documental) y cualitativas (entrevistas a informantes clave). Las primeras técnicas incluyeron tareas de observación y análisis de normas reglamentarias, tales como documentos de planificación y gestión de actores públicos, empresariales y gremiales, estadísticas de turismo internacional y nacional y protocolos sanitarios. Del mismo modo, se realizaron dieciocho entrevistas semi estructuradas (aplicadas desde enero de 2021 a septiembre de 2023) a informantes clave que asumieron un lugar relevante en los procesos de decisión en el contexto de emergencia, incluyendo representantes del entonces Ministerio de Turismo y Deportes de Argentina (MINTURDEP), el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR), la Secretaría de Turismo del estado de Quintana Roo, la Asociación de Empresarios Puerto Vallarta, Bahía de Banderas, la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica (FEHGRA) y especialistas de la academia de ambos países.

A partir de ello, se identificaron una serie de categorías (niveles de actividad turística, ingresos generados, dinámicas de empleo turístico, tendencias de turismo nacional e internacional, mercados emisivos, incidencia del sector en la macroeconomía, planes y programas implementados, prácticas, modalidades y destinos valorizados y reactivación turística post-covid), que articularon la sistematización y análisis de la evidencia recabada y su posterior presentación. En cuanto a eso último, la información obtenida fue ordenada en apartados que siguieron una secuencia temporal: (1) Estrategias de política turística pre-pandemia; (2) Incidencia de la COVID-19 en la actividad; (3) Políticas turísticas implementadas a partir de la emergencia sanitaria; (4) Reactivación del sector post-pandemia (Figura 1). Este análisis secuencial permitió evidenciar el impacto diferencial de la pandemia y de las políticas

sectoriales impulsadas en Argentina y México en relación al escenario previo; para finalmente, indagar la “nueva normalidad” a partir del proceso de reactivación. La evidencia recabada fue sintetizada en tablas comparadas de doble entrada.

Figura 1: Esquema para el estudio comparado de políticas turísticas en pandemia



Fuente: Elaboración propia

4. Estrategias de política turística pre-pandemia

Desde hacía décadas que el turismo receptivo había captado el interés de los gobiernos argentino y mexicano que veían en la actividad una oportunidad para atraer divisas internacionales, generar ingresos y empleo y, así, poder equilibrar balanzas de pagos deficitarias, superar situaciones de crisis y estancamiento e impulsar desarrollos regionales y locales (MINTUR, 2015; García, 1979 y Bringas, 1999). Lo anterior se desprende de los propios presupuestos nacionales que hasta la irrupción de la pandemia de Covid-19 destinaban la mayoría de los recursos del área a financiar la política de promoción turística en el exterior (ONP, 2020; CEFP, 2020). Estas acciones eran ejecutadas en ambos casos por organismos descentralizados, de carácter público privado, denominados respectivamente Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) e Instituto Nacional de Promoción Turística (INRPOTUR) de Argentina, que habían sido creados con el propósito de fortalecer el turismo receptivo y el posicionamiento de las respectivas Marca País.

Cabe mencionar que con la asunción de López Obrador a la presidencia de México se formaliza un cambio significativo en la política nacional, que pone fin al CPTM en 2018, luego de casi dos décadas de funcionamiento. Desde entonces, la promoción turística en el exterior estará bajo la conducción del

Consejo de Diplomacia Turística dependiente de las Secretarías Relaciones Exteriores y de Turismo (CEFP, 2020). Sin embargo, este cambio de atribuciones no impactó en la apuesta del Estado por consolidar los arribos internacionales, que pasaron de los 41.4 millones de 2018 a los 45,02 millones en 2019 (OMT Dashboard). Nótese lo significativo que fue este crecimiento de 3,6 millones de arribos, que representa casi la mitad de los 7,4 millones de visitantes que recibió Argentina ese mismo año (Cuadro 1).

Cuadro 1: Análisis comparado de las políticas turísticas implementadas en pre pandemia

Categorías analíticas	Argentina	México
Principal política sectorial de acuerdo a presupuesto	Promoción turística en el exterior	Promoción turística en el exterior
Organismo ejecutor	Instituto Nacional de Promoción Turística (desde 2005 hasta la actualidad)	Consejo de Promoción Turística de México (desde 1999 hasta 2018). Consejo de Diplomacia Turística (desde 2018)
Arribos internacionales	7,4 millones (OMT Dashboard, 2019) Segundo destino de América Latina.	45,02 millones (OMT Dashboard, 2019) Principal destino de América Latina (séptimo a nivel global).
Mercados emisivos	Brasil explica el 20 % de los arribos, Chile el 15 %, Paraguay 12 %, Uruguay 11 % y Bolivia 7 %. Los demás mercados: Europa (14 %), resto de América (9 %), EE. UU. y Canadá (7 %) y resto del Mundo (4 %) (INDEC – ETI, 2019).	Estados Unidos representa el 55%, Canadá el 12%, Colombia y Reino Unido 3% respectivamente. Brasil, España y Argentina aportan cada uno el 2% (Gobierno de México, 2019).
Lugares valorizados por visitantes internacionales	Buenos Aires como principal destino urbano y lugares valorizados por sus atractivos naturales (cataratas de Iguazú, glaciar Perito Moreno, Nahuel Huapi, península Valdez y Andes) (INDEC – ETI, 2019)	Cancún y la Riviera Maya, Quintana Roo (destino de sol y playa); Ciudad de México, como destino urbano (Gobierno de México, 2022a).
Perfil de visitante internacional (motivaciones)	Vacaciones, ocio o recreación (51%), Visita de familiares o amigos (23%), Negocios, congreso o conferencia (20%) y Otros (6%) (INDEC – ETI, 2019).	Vacaciones, ocio y recreación (62%), visitantes a familiares y amistades (25%), negocios (7.9%) y Otros (3%) (Gobierno de México, 2022a).
Incidencia del sector turístico en la macroeconomía	1,9 % del PIB total (INDEC – CST, 2019)	8,6 % del PIB total (INEGI, 2019).

Fuente: Elaboración propia

La despereja incidencia de estos Estados en el mercado turístico global como destinos internacionales se traduce en la participación diferencial de la actividad en sus macroeconomías. En el último registro pre pandemia, la actividad turística en Argentina presentaba una participación complementaria, con una contribución del 1,9 % del Producto Interno Bruto (INDEC – CST, 2019); mientras que en el caso mexicano, el turismo tenía un rol mucho más protagónico, con una participación tres veces mayor en el PIB total, con el 8,6 %, (INEGI, 2019). De este modo, la participación del sector al PIB en México es similar a otros países latinoamericanos que han basado su modelo de desarrollo turístico en el producto de sol y playa, como República Dominicana (11 % del PIB) y Uruguay (7 % del PIB). Argentina en tanto se ubica entre los países de la región con menores niveles de participación del turismo en la macroeconomía, similar a los niveles de Ecuador (2 % del PIB) y Colombia (3% del PIB) (OMT Dashboard, 2019).

Lo anterior explica la significancia que asume México como principal destino regional, con una clara dependencia al mercado estadounidense. En cuanto a esto último, de 45,02 millones de llegadas que se registran en el último año pre pandémico, el 55 % corresponde a Estados Unidos, el 12 % a Canadá y el 3% a Colombia y Reino Unido. Brasil, España y Argentina aportan cada uno el 2 % (Gobierno de México, 2019). Entre estos visitantes predominan los viajes de vacaciones, ocio y recreación (62 %), seguidos por visitas a familiares y amistades (25 %), negocios (8 %) y otros motivos (3%) (Gobierno de

México, 2022a). Los destinos más frecuentados son lugares de sol y playa: Cancún y la Riviera Maya, Quintana Roo; aunque también destacan Los Cabos, Baja California Sur, Puerto Vallarta, Jalisco; Mazatlán, Sinaloa, Nuevo Vallarta, Nayarit). Luego, aparecen destinos de turismo cultural, liderando ampliamente la Ciudad de México; le siguen, Puebla, Monterrey, Mérida y Guadalajara, algunas de ellas consideradas como ciudades coloniales (Cuadro 1).

Lo anterior difiere de Argentina, que presenta una clara preponderancia del flujo sudamericano, el cual concentra siete de cada diez arribos. Entre estos, destacan los países limítrofes: Brasil aporta 20 %, Chile 15 %, Paraguay 12%, Uruguay 11 % y Bolivia 7 %. Los demás mercados representan en conjunto poco más del 30 %: Europa (14 %), resto de América (9 %), EE. UU. y Canadá (7 %) y resto del Mundo (4 %) (ETI, 2019). En cuanto a las motivaciones de viaje, en 2019 predominan los viajes por vacaciones y ocio, que representan más del 50 % de las llegadas, así como visitas a familiares y amigos que alcanza un 23 %. En tercer lugar, aparecen viajes asociadas a negocios, congreso y conferencia, con un 20%. Estas llegadas tienen como principales destinos a Buenos Aires, como destino cultural, urbano y de compras, y lugares valorizados por sus atractivos naturales (cataratas de Iguazú, glaciar Perito Moreno, Nahuel Huapi, península Valdez, Andes) (ETI, 2019). A diferencia de México, los destinos de sol y playa son mayormente frecuentados por turistas nacionales, no así por visitantes extranjeros (SECTUR, 2019).

Cabe destacar que estas particularidades relativas a los principales mercados emisores definió diferentes temporalidades en la apuesta por el turismo internacional. Para el caso de México, la cercanía al principal mercado global hasta entrado el siglo XXI (Estados Unidos), fundamentó una apuesta por el turismo receptivo mucho más temprana, alcanzando el millón de arribos ya en la década del sesenta (Hiernaux, 1991). Esto explica que se haya promulgado la primera Ley Federal de Turismo en 1949, en ese momento la actividad turística estaba a cargo de la Secretaría de Gobernación, después por el dinamismo de la actividad se creó la Dirección General de Turismo (Jiménez, 1992: 46). En esos años el Estado mexicano fungió un papel importante en la economía y particularmente en la actividad turística, donde existían algunos organismos, tales como: el Fondo de Garantía y Fomento al Turismo (FOGATUR), 1956; el Departamento de Turismo, 1959 y el Fondo de Promoción e Infraestructura Turística (INFRATUR). Después en 1974 se fusionaron los dos organismos anteriormente señalados para constituir el Fondo Nacional de Fomento de Turismo (FONATUR), que será el encargado de construir los Centros Integralmente Planificados (Cancún, Ixtapa, Los Cabos y Huatulco). En ese mismo año también se creó la Secretaría de Turismo (Jiménez, 1992). En 1999 se crea el Consejo De Promoción Turística De México (CPTM), con la intención de aumentar los arribos internacionales y posicionar la marca México, dada la importancia de generar estrategias de mercadotecnia en este mundo globalizado e interconectado (Entrevista con Serafín Ríos, Elorza, 11 de septiembre de 2023).

Para el caso argentino, las extensas distancias con los principales centros turísticos emisivos, el escaso desarrollo tecnológico en el ámbito del transporte y las comunicaciones y la retrasada irrupción del turismo de masas en los países vecinos, dejaron al turismo receptivo en un segundo plano, hasta la década de 1970 (Schenkel, 2016). En ese momento, se empieza a evidenciar un interés del Estado por el turismo internacional, cuando se aprueba el estatuto de la OMT en 1972, con el objetivo de instituir al país como destino internacional. En esta línea, se implementan Planes de Marketing Estratégicos (1991-1993, 1994-1996 y 1997-1999); y se publica el primer documento de planificación pública del turismo: “Bases para un Plan Federal de Turismo” (1984). En este marco, Argentina recibe por primera vez un millón de visitantes entrada la década del ochenta.

La estrategia se consolida en el año 2005, con la sanción de la Ley Nacional de Turismo 25.997, que reemplaza la antigua Ley N° 14.574/58, para destacar al turismo receptivo como actividad de exportación estratégica de “impacto multisectorial”, “generadora de divisas y de empleo” (Decreto 1.297/2006). Sobre la base de estos fundamentos, se implementan herramientas para su fortalecimiento, como la creación del Instituto Nacional de Promoción Turística – INPROTUR, que comienza a funcionar en el año 2006. Posteriormente, se formalizan sus competencias como ejecutor de la estrategia Marca País (Decreto 1.372/08). Desde entonces, dicho organismo, del mismo modo que venía haciendo el CPTM desde hacía veinte años, ejecuta diversas acciones de promoción externa, entre las que se destaca: asistencia a las principales ferias turísticas internacionales, dictado de jornadas de formación, realización de eventos de resonancia internacional, impulso de *press trips*, para las revistas especializadas, *workshops* y *fam tours*, para comercializadores externos (Schenkel, 2021).

5. Incidencia de la pandemia covid-19 en la actividad turística

En Argentina el gobierno decretó una de las cuarentenas más estrictas en el plano internacional, la cual incluyó la prohibición a la circulación de personas por todo el territorio nacional. El Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) comenzó en marzo de 2020, una vez detectado el primer caso SARS-CoV-2 positivo, y finalizó más de siete meses después, en un contexto surcado por una profunda crisis económica y social. La flexibilización de las restricciones comenzó en octubre de 2020, para pasar del ASPO al DISPO (Distanciamiento Social Preventivo y Obligatorio) en el mes de noviembre.

Si bien la caída de la economía fue bastante generalizada, los sectores más afectados fueron aquellos ligados al turismo, como hoteles y restaurantes. Estas actividades sufrieron directamente las prohibiciones a la circulación, que incluyeron la suspensión de las llegadas de todos los vuelos internacionales de pasajeros (Decreto 260/20). Dichas restricciones estuvieron vigentes por largo tiempo: en el caso del turismo nacional, los viajes comenzaron a reactivarse en diciembre de 2020; mientras que el turismo internacional debió esperar hasta octubre del 2021, para países limítrofes, y noviembre de ese mismo año, para el resto del mundo.

Similar a lo sucedido en Argentina, el gobierno mexicano confirmó el primer contagio por SARS-CoV-2 en febrero de 2020, para dar inicio a las primeras medidas sanitarias al mes siguiente (Palacios, *et al.*, 2023). En ese entonces, la Administración Federal adoptó una serie de acciones para evitar contagios, tales como: el trabajo desde casa para adultos mayores, mujeres embarazadas, personas con enfermedades crónicas y un escalonamiento de los horarios de entrada. Asimismo, se establecieron días laborales alternativos para la atención del público (DOF 23/03/2020).

Estas medidas sanitarias, bastantes más flexibles de lo actuado en el plano internacional, no incluyeron el cierre de fronteras para el arribo de turistas en ningún momento de la pandemia. Asimismo, en mayo de 2020 se ampliaron los permisos, para dar inicio a un proceso de reaperturas de las actividades sociales, educativas y económicas. Estas medidas incluyeron un semáforo por regiones para evaluar el riesgo epidemiológico en cada entidad federativa y la formulación de protocolos y mecanismos de seguridad. Lo anterior originó que ya para el 1 de junio de 2020, a tres meses del inicio de las medidas sanitarias, el gobierno nacional sancione “la nueva normalidad”.

Cuadro 2: Análisis comparado sobre el impacto de la pandemia covid-19 en el sector turístico

Categoría analíticas	Argentina	México
Prohibiciones a la circulación	Desde marzo a octubre de 2020 (siete meses).	Desde marzo a mayo de 2020 (tres meses).
Fronteras internacionales cerradas para turismo	De marzo de 2020 a octubre de 2021 para países limítrofes y a noviembre de 2021 para demás países (diecinueve y veinte meses).	En ningún momento de la pandemia.
Variación interanual de arribos internacionales	– 72 % en 2020 y – 86 % en 2021 (OMT Dashboard)	– 45 % en 2020 y + 28% en 2021 (OMT Dashboard)
Variación interanual de turismo nacional	– 71 % en 2020 y + 122 % en 2021, ocupación hotelera por residentes (INDEC – EOH, 2019-2021).	– 55 % en 2020 y + 58 % en 2021, ocupación hotelera por residentes (Gobierno de México, 2020a).
Variación interanual de la actividad turística	La caída de la actividad turística fue de –68 % en 2020. Si se considera el período abril-diciembre 2020 (restricciones plenas), fue del -93 % (AHT, 2021)	El PIB turístico en el 2020 disminuyó - 25.4 % y la reducción en el consumo turístico fue de -28.4 % (Madrid y Godínez, 2022: 14 y 19).
Pérdida de empleo turístico	– 18 % de empleo formal. 85 mil puestos de trabajo sobre un total estimado de 460 mil (IERAL – AHT, 2021).	– 18 % de empleo formal. 802 mil empleos sobre un total estimado de 4,490 millones (Gobierno de México, 2022b).
Letalidad del virus	Argentina se incluye en el grupo de países con menores incrementos de mortalidad y de caída en la esperanza de vida debido al COVID-19 (The Lancet, 2024).	México se incluye en el grupo de países con mayores incrementos de mortalidad y de caída en la esperanza de vida debido al COVID-19 (The Lancet, 2024).

Fuente: Elaboración propia

La flexibilidad de las medidas sanitarias desplegadas en México explica que la caída no haya sido tan pronunciada como en Argentina, donde el turismo receptivo se derrumbó un -72 % en 2020 y un -86 % en 2021 (OMT, Dashboard). Similar comportamiento presenta el turismo nacional para el 2020, cuando cae un -71 % (INDEC EOH, 2019-2021). Tales caídas originan una contracción de los ingresos por turismo del -69 %, para pasar del cuarto al noveno lugar en términos de generación de divisas. Esta retracción impactó duramente en las empresas turísticas y las personas que trabajaban en el sector. El año 2020 cerró con una disminución del -68 % en el nivel de actividad y, si se considera el período abril-diciembre 2020 (restricciones plenas), la caída fue del -93 % (AHT, 2021). Entre 1.700 y 2.000 hoteles dejaron de operar para 2021, lo que se tradujo en una reducción de 85.000 puestos de trabajo formales en la industria turística.

Para el caso de México, la disminución de los arribos fue de -45 % en 2020 mientras que para 2021 ya se evidencia un crecimiento interanual del 28% (OMT, 2022). La retracción de 2020 origina una disminución de los ingresos generados, que pasó de “2,168 millones de dólares a menos de 71 millones entre los meses de febrero y abril de 2020”, con respecto a los mismos meses de 2019 (Rivas, Gracia y Callejas, 2022: 28-29). Otros datos evidencian esta caída, es a través de la ocupación hotelera, para ejemplificar en los años 2019 y 2020 de Acapulco y Cancún (los principales destinos nacionales) disminuyó de un 75 % a un 41 % y de un 82 % a un 37 % (Martínez-Rodríguez y Cruz-Jiménez, 2022: 13).

Estas caídas impactaron en el empleo turístico (Entrevistas realizadas a Alfonso Zepeda Arce, 13 de septiembre de 2023, Juan Alfonso Toscano, 4 de septiembre de 2020, Juan Pablo Aguirre, 5 de septiembre de 2023, Raúl Callejas, 19 de septiembre de 2023 y Serafín Ríos Elorza, 11 de septiembre de 2023). Muchos trabajadores fueron despedidos, otros fueron obligados a tomar días de descanso sin goce de sueldo. Nótese, que se perdieron 802 mil empleos, si se compara el primer trimestre del 2020 con respecto al primer trimestre del 2021 (Gobierno de México 2022b). El Grupo Xcaret fue el único conglomerado empresarial en todo el país que pagó el salario a sus empleados y esto contempló solo el periodo desde el 30 de marzo al 1 de junio de 2020.

Cabe destacar que, la apuesta por diferentes políticas sanitarias no solo generó diferentes impactos en la actividad turística sino también en los niveles de letalidad del virus. Un estudio publicado por The Lancet (2024) comprueba que, como resultado de los efectos directos e indirectos de COVID-19 entre 2019 y 2021 México tuvo una de las mayores caídas del mundo en términos de expectativa de vida al nacer y de incrementos en el exceso de mortalidad, mientras que Argentina sufrió un impacto menor en ambos indicadores. Asimismo, diversos estudios han puesto en discusión las cifras provistas por el Estado mexicano y denuncian una significativa subvaloración de muertes a causa de SARS-CoV-2 (Azam, 2020; Suárez, 2021).

6. Políticas turísticas a partir de la pandemia

El gobierno argentino buscó reducir el impacto de la pandemia con una fuerte asignación de recursos públicos. Esto originó que el Ministerio de Turismo y Deportes (MINTURDEP) pase de una participación del 0,09 % en el presupuesto nacional al 0,17% (MECON, 2019-2020). A partir de esta ejecución de recursos se implementaron políticas turísticas destinadas al propio residente, que pasó a ser un actor destacado en la agenda pública en su rol de visitante, empresario y trabajador del sector. Dichas medidas estuvieron dirigidas tanto a la oferta como a la demanda, como sucedió con la Ley de Sostenimiento y Reactivación de la Actividad Turística Nacional (27563/20).

La Ley Nacional N° 27563 contempló entre sus acciones: (1) el pago del 50 % del salario por parte del Estado a trabajadores en relación de dependencia (reconocido como “ATP”); (2) la reducción del 95 % del pago de contribuciones patronales; la prórroga en el pago de impuestos, suspensión de embargos y reducción de alcúotas sobre movimientos de cuenta; (3) la implementación de alternativas legales para evitar demandas por postergaciones o cancelaciones a causa del coronavirus; y (4) el impulso de líneas de crédito con tasa subsidiada destinada al pago de gastos corrientes. En cuanto a esto último, la norma incluyó una línea de crédito específica para municipios y comunas que tenían al turismo como principal actividad, para aplicarse a la inversión en obras y servicios destinados a la recuperación y puesta en valor de la localidad.

A su vez, el gobierno instrumentó un auxilio económico diferencial exclusivo para las micro y pequeñas empresas, por un monto equivalente de hasta dos Salarios Mínimos Vitales y Móviles, así como una serie de medidas de alcance horizontal y otras dirigidas a sectores vulnerables, destinadas a fomentar y

potenciar la demanda del turismo interior. Entre estas últimas, destaca el Plan de Preventa de Servicios Turísticos Nacionales (PreViaje), que representa un crédito por parte del Estado para estimular la venta anticipada de viajes turísticos domésticos. En este caso, los consumidores obtenían una devolución del 50 % del costo de su viaje en crédito para gastar en la cadena turística. A partir de la segunda edición del programa, se suma la línea Previaje Pami, dirigida a la tercera edad, con un reintegro del 70 %.

Más allá de la Ley 27563/20, una vez programadas las primeras reaperturas, el MINTURDEP y el sector privado confeccionaron 16 protocolos que adecuaban las prácticas y prestaciones turísticas a las recomendaciones del Ministerio de Salud. Dichos documentos pretendían proveer de seguridad no sólo a quienes se desplazaban con fines de ocio, sino a los propios trabajadores del sector y residentes. En una misma línea, la cartera ministerial buscó fortalecer la constitución de destinos seguros, a partir del Programa Municipios Responsables. Dicho instrumento estuvo destinado a la adquisición e instalación de equipos y terminales de sanitización, pisos antideslizantes, pintura vial, ordenadores de público, señalización edilicia interna, cartelería, digitalización de mapas turísticos, adaptaciones asociadas al distanciamiento físico y detectores de temperatura (Ministerio de Turismo y Deportes, 10 de marzo de 2021).

A contramano de lo sucedido en Argentina, el gobierno mexicano no aumentó el presupuesto a la Secretaría de Turismo, al contrario, lo redujo (CEFP, 2023). Ello en virtud de que se re direccionaron los recursos económicos y humanos a impulsar el programa estelar del presidente Andrés Manuel López Obrador, el Tren Maya. Por medio de este proyecto el gobierno busca reducir los tiempos y costos en el traslado de mercancía, pasajeros y turistas en la principal zona turística del país (Tabasco, Chiapas, Campeche, Yucatán y Quintana Roo). De igual manera, espera que se mejore la calidad de vida de los habitantes de los municipios por donde pasaría el tren, al generar empleos, así como la protección del patrimonio ambiental y cultural (Sectur, 2023). Sin embargo, su edificación formal ha recibido muchas críticas, pues es una obra de gran envergadura dirigida por FONATUR, el cual no se ha caracterizado por obtener excelentes resultados. Además, para su construcción se han roto las relaciones de flora y fauna en ecosistemas frágiles (Cárdenas, 2020).

Con el escaso presupuesto asignado, las acciones destinadas a contrarrestar el impacto de la pandemia se redujeron a la implementación de acciones promocionales y a la disposición de protocolos sanitarios. En cuanto a esto último, estuvieron destinados tanto a centros turísticos como a empresas del ramo, para articular una serie recomendaciones, que iban desde la sana distancia, la higiene personal y del entorno y la disposición de insumos para la sanitización (SECTUR y SSA, 20/05/2020). También, se elaboraron directrices de actuación destinadas a nodos y centros de recepción de turismo internacional, que como se mencionó anteriormente, no se interrumpió en ningún momento de la pandemia. Esto último fue a expensas de la solicitud de la LXIV Legislatura de la Cámara de Diputados y el Senado (2012-2021), la cual sostenía que era necesario “implantar mayores y más rigurosos controles sanitarios en las fronteras y los sitios de acceso como puertos, aduanas y centrales aéreas para mitigar los efectos de la pandemia de la covid-19” (SIL citado por Aguirre, 2020: 7).

La política de promoción en tanto, estuvo destinada al turismo nacional, que volvió a ser reconocido por la agenda sectorial, aunque no se tradujo en una transferencia de recursos (Hiernaux, 2020). En este sentido, la Secretaría de Turismo se limitó a acciones promocionales, las cuales se articularon en tres fases: 1) inmediata, “nos vemos pronto”; 2) intermedia, “el viaje está dentro de nosotros”; 3) y de recuperación, “México te necesita” (Sectur, 08/04/2020). A partir de dicha estrategia el gobierno pretendía programar una ruta para enfrentar la pandemia. En un primero momento era detener los viajes, en el segundo contemplar las compras para hacer turismo y en el tercero dar luz verde para viajar.

Asimismo, el gobierno lanzó en mayo de 2020 el lema “Cruzada para viajar por México”. Dicha estrategia pretendía estimular el turismo nacional cuando se pudiera tener las condiciones para hacer turismo. Sin embargo, esto sería difícil de cumplir pues se consideraba que la población no viajaría “por el miedo al contagio, violencia no controlada y recursos mermados” (Hiernaux, 2020: 196). Aunque otros autores recalcan que “se sabe que en diversos municipios del país ni la actividad turística se detuvo por completo, ni se respetó el distanciamiento social, no se siguieron las recomendaciones de las autoridades de salud y del gobierno en general” (González-Damián 2020: 60-61). E incluso muchas personas generaron sus propias dinámicas para hacer turismo (Entrevista con Alfonso Zepeda, 13 de septiembre de 2023).

Cuadro 3: Análisis comparado de las políticas turísticas implementadas a partir de la pandemia

Categoría de análisis	Argentina	México
Políticas implementadas	<ul style="list-style-type: none">– Política de asistencia a la oferta (ayudas económicas, capacitación y formación, provisión de infraestructura, equipamiento e instalaciones).– Política de coordinación y adaptación (diseño de protocolos sanitarios, estrategias de normalización y disposición de recursos para la adaptación).– Política de estímulo a la demanda nacional (disposición de recursos al turismo nacional).	<ul style="list-style-type: none">– Política de promoción al turismo nacional (sin transferencia de recursos).– Política de adaptación centralizada en la elaboración de protocolos sanitarios.
Transferencia de recursos al sector empresarial	Si (reducción del pago de contribuciones patronales, prórroga en pago de impuestos, suspensión de embargos, reducción de alícuotas sobre movimientos de cuenta, impulso de créditos subsidiados, ayuda económica diferencial para PYMES)	No
Transferencias a municipios que tengan al turismo como actividad principal	Si (crédito subsidiado para la inversión en obras y servicios destinados a la recuperación y puesta en valor de localidades turísticas)	No
Transferencia de recursos a trabajadores turísticos	Si (pago de parte del salario para evitar despidos)	No
Transferencia de recursos a visitantes nacionales	Si (reembolso de crédito para gastar en turismo nacional)	No

Fuente: Elaboración propia

7. Reactivación del sector pos pandemia

En Argentina, las políticas dirigidas al sector turístico comenzaron a implementarse a finales del año 2020. Esto se dio en un contexto ceñido por el levantamiento de las restricciones y el avance del proceso de vacunación, que motorizaron los primeros índices de recuperación económica a partir del segundo semestre de 2021. Lo anterior se replicó en el sector turístico, que comenzó a mostrar signos de mejoría ese mismo año con el turismo nacional, el cual registra un aumento interanual del 122 % (INDEC EOH, 2021).

La reactivación del flujo nacional evidencia dos nuevas tendencias (Cuadro 4). Por un lado, una democratización de destinos nacionales de alto gasto (flujos de larga distancia); y por otro, una mayor frecuentación de destinos regionales y locales (turismos de proximidad). Los viajes de larga distancia muestran un mayor acceso por parte de residentes a destinos naturales vinculados al visitante internacional, como Ushuaia (Tierra del Fuego), El Calafate (Santa Cruz) y San Martín de los Andes (Neuquén). Los desplazamientos de corta de distancia, en tanto, evidencian un fortalecimiento de destinos provinciales, regionales y locales, que consolidaron los arribos en el marco de los turismos de proximidad, como Villa General Belgrano (Córdoba), Cafayate (Salta), Tandil (Buenos Aires) y Merlo (San Luis) (Schenkel, 2024).

Este rápido crecimiento del turismo doméstico origina que todos los destinos mencionados anteriormente hayan recibido para julio de 2021 casi la misma cantidad de visitantes nacionales que en el 2019 o, incluso, algunos de ellos, como Ushuaia y El Calafate, mejoraron esas cifras, con más de arribos nacionales que en pre pandemia (INDEC EOH, 2019-2021). De este modo, el flujo de turismo nacional logró recortar las pérdidas que originó la caída del turismo internacional. Esto explica una revalorización del turista nacional por parte de los propios prestadores turísticos que, ante no poder recibir extranjeros, se mostraron propensos a la atracción del residente y a utilizar la política de

estímulo que implementó el gobierno nacional (Entrevista realizada a representante de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de Argentina, mayo de 2021).

Cuadro 4. Reactivación del sector turístico pos covid

Categoría analítica	Argentina	México
Reactivación del sector (primera tendencia anual creciente luego de la pandemia)	Turismo nacional: 2021 (+122 % INDEC EOH, 2021-2020) Turismo Internacional: 2022 (+1208 %, OMT 2022-2021)	Turismo nacional: 2021 (+56 %, Gobierno de México, 2021-2020) Turismo Internacional: 2021 (+28 %, OMT 2021-2020)
Tasa de variación 2022-2019 (recuperación de niveles pre covid)	Turismo nacional: +10% (INDEC EOH, 2022-2019) Turismo internacional: -47 % (OMT)	Turismo nacional: -3 % (Gobierno de México, 2022-2019) Turismo internacional: -15 % (OMT)
Nuevas tendencias en el mercado turístico nacional	– Democratización de destinos naturales de alto gasto (turismo de larga distancia) – Revalorización de destinos locales y regionales (turismo de proximidad)	Continúan prevaleciendo los mismos destinos y prácticas turísticas.
Nuevas tendencias en el mercado turístico internacional	Turistas con lugares de origen más heterogéneo, con una mayor presencia de norteamericanos, europeos y de resto de América, más allá de los tradicionales (países limítrofes). Mercados emisivos: Bolivia (3%), Brasil (25%), Europa (22%), EE.UU y Canadá (17%), Chile (11%), Resto América (16%), Resto del Mundo (3%), Paraguay (2%) y Uruguay (1%) (INDEC ETI, 2022)	Sigue siendo Estados Unidos el principal mercado turístico de México, que aumenta su participación al 65 %. Canadá aportó 8 %; Colombia 3.7 %; Reino Unido 2.6 %; España y Perú con el 1.4 % cada uno (Gobierno de México, 2022).
Nuevas motivaciones en el mercado internacional	Revalorización del motivo Visita de familiares y amigos, que es la única motivación que crece en significancia entre 2022-2019. Las demás caen: Negocios, congreso o conferencia un -35, Otros un -17 %, Vacaciones, ocio o recreación un -10 %. Visita de familiares o amigos pasa a representar el 57 % de las llegadas (ETI, 2022).	Se incrementa el porcentaje en el rubro de Vacaciones y placer. Disminuye el de Negocios al pasar de 7.9 % en el 2019 a 4.49 % en el 2022. Se mantienen casi igual Visita a familiares (23.67% en el 2019 y 23.71 % en el 2022), Visita a amistades (2.1 % en el 2019 y 2 % en el 2022) y Otros (3.43 % en el 2019 y 2.9 % en el 2022).

Fuente: Elaboración propia

A partir de la temporada estival 2021-2022, estas nuevas tendencias suceden paralelamente a la recuperación de destinos y prácticas tradicionales, que ante el avance en el proceso de vacunación y así la reducción significativa de la tasa de letalidad, comienzan a recuperarse. Entre las viejas prácticas que retornan, destaca a partir de 2022 el turismo receptivo internacional, aunque continua muy por debajo de los niveles de 2019. En cuanto a esto último, mientras que los volúmenes de turismo doméstico para el 2022 ya aparecen un +10 % encima de los valcores de 2019, los registros del turismo internacional siguen un -47 % debajo (INDEC ETI, 2022).

Esta lenta recuperación del turismo receptivo evidencia la crítica situación económica en la que ha quedado Sudamérica luego de la pandemia, con una profundización de los niveles de pobreza, indigencia y desigualdad (CEPAL, 2022). Nótese que la participación de los países limítrofes pasa del 65 % en 2019 al 42 % en 2022, mientras que crece la incidencia de otros mercados emisivos, principalmente el norteamericano (+10 %) y europeo (+8 %). Con respecto a las motivaciones de viaje, se observa una caída en todos los motivos con respecto al escenario pre pandémico, con la excepción “visita de familiares y amigos” que es la única que crece en 2022, para pasar a representar el 57 % de las llegadas (INDEC ETI, 2019-2022). Esto última evidencia la importancia que históricamente ha tenido Argentina como país receptor y emisor de migración, particularmente desde países limítrofes y hacia Europa y Norteamérica (OIT, 2011), lo que explica la alta incidencia en esta motivación de viaje una vez iniciadas las primeras reaperturas, que de acuerdo al país de origen de residencia tardaron en autorizarse hasta veinte meses.

En cuanto a México, las cifras de turismo internacional muestran una reactivación mucho más rápida (Cuadro 4). Ya a partir de julio de 2020 se evidencia un leve crecimiento en la economía del país, motivada

por la apertura gradual de actividades, que permitían aforos en plazas, centros comerciales y hoteles, así como la llegada de estadounidenses, que había iniciado el proceso de vacunación tempranamente (Rivas, García y Callejas, 2022). Esto permite que los arribos turísticos muestren un crecimiento en los años de 2021 y 2022, aunque permanecen un 15% por debajo de 2019. Cabe destacar que esta rápida reactivación explica que México pase de ocupar el séptimo lugar del ranking de destinos internacionales en 2019 al tercer lugar a partir de 2020 (Bergeret, Gordillo y Castillo, 2021: 369), poniéndose en evidencia que “se ha ganado un mercado sustituto” gracias a la pandemia, por no haber cerrado sus fronteras en ningún momento del año (Entrevista a Secretaria de Turismo de Quintana Roo, septiembre de 2023).

Entre los principales mercados emisores, destacan los mismos países que en pre pandemia: Estados Unidos con el 65% y Canadá con el 8%, Colombia con el 3.7%, Reino Unido con el 2.6% y España y Perú con el 1.4% cada uno (Gobierno de México, 2022a). Esto explica que se mantengan casi las mismas motivaciones de viajes e incluso se incremente el porcentaje en el rubro de vacaciones y placer. En cuanto a las demás motivaciones, permanecen muy similares visitas a familiares (23.67% en el 2019 y 23.71 % en el 2022), visitas a amistades (2.1 % en el 2019 y 2 % en el 2022) y otros (3.43 % en el 2019 y 2.9 % en el 2022); mientras que caen fuertemente los viajes por negocios, para pasar del 7.9 % al 4.49 %.

Esta última variación representa una caída del -43 %, similar a la que registra Argentina en estos viajes corporativos para el mismo periodo, que disminuyen un -35 %. Esto pondría en destaque que la permanencia de la virtualidad en el desarrollo de prácticas relativas a negocios, congresos y eventos afectó duramente a este segmento del mercado turístico, que, a pesar de la reactivación, sigue muy por debajo de los niveles de 2019. Lo anterior abre el interrogante acerca de si estas nuevas tendencias relativas a la virtualidad y el trabajo en casa que afectan al segmento corporativo vinieron para quedarse o quedarán asociadas simplemente a estos primeros años pos pandemia.

Respecto al turismo nacional, analizando el rubro de cuartos ocupados, México todavía no recupera las cifras registradas en el año 2019, que alcanzaron 59.559.980. En el 2020 se contabilizaron solamente 26.931.468 y para el año 2022 sumaron 57.730.425 (Gobierno de México, 2022a). Lo mismo sucede con la llega de nacionales a aeropuertos que siguen sin alcanzar los números de pre pandemia, estos fueron de 69.645.241 (2019) y para 2022 se tuvo la cifra de 67.541.372, lo que representa una caída del -3 % (Gobierno de México, 2020a). Tampoco se observan variaciones significativas en cuanto a los destinos visitados por el turista nacional, que mantiene una mayor frecuentación a destinos urbanos como la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Puebla, Mérida, Querétaro; así como los destinos de sol y playa, como Cancún, Acapulco, Mazatlán, Puerto Vallarta, Veracruz e Ixtapa (Gobierno de México, 2022a).

8. Conclusiones

Más allá de la caída generalizada que ha originado la pandemia en la actividad turística, el análisis presentado evidencia que el impacto no fue uniforme. A pesar de que Argentina y México iniciaron de una apuesta similar, con una clara prevalencia en la agenda sectorial de las estrategias de promoción en el exterior, lo acontecido a partir de la expansión del SARS-Cov-2 circunscribe escenarios contradictorios. Esto se debió evidentemente a múltiples condicionantes, algunos de los cuales fueron referenciados en el estudio, unos de estos internos (estrategias sanitarias y políticas turísticas implementadas en el contexto de emergencia, niveles de incidencia de la actividad en términos macroeconómicos) y otros externos (mercados emisivos, inicio del proceso de vacunación y crisis económica regional).

En cuanto a estos últimos, la preponderancia del flujo norteamericano en el caso de México, motivó una caída no tan marcada en 2020 y una rápida reactivación al año siguiente, que quedó asociada al temprano inicio del proceso de vacunación de EEUU. Para el caso de Argentina, no sólo afectó la llegada tardía de vacunas a la mayoría de los países del sur del continente (su principal mercado emisor), sino la profunda crisis económica que atraviesa la región luego de la pandemia, la cual agravó los niveles de ingresos, pobreza y desigualdad (CEPAL, 2022). Esta cuestión estructural a su vez fue condicionada por las propias políticas sanitarias implementadas. Mientras que, en el caso argentino, se aplicaron duras y prolongadas medidas de aislamiento y distanciamiento para evitar contagios, que incluyeron el cierre de fronteras internacionales por más de un año; en México, el gobierno optó por medidas más flexibles, que a su vez finalizaron a los pocos meses de haberse aplicado e incluyeron una apertura permanente al turismo receptivo sin ningún tipo de restricción. Esto último quedó fundamentado en la importancia que asume la actividad turística en la macroeconomía mexicana (Cámara de Diputados y CEFP, 2020), con una contribución en el PIB similar a otros países del Caribe (Blázquez, Cañada y Murray, 2011). Cabe destacar que este contraste entre las políticas sanitarias pareciera haber generado variaciones

en términos de letalidad del virus: mientras que México en el periodo de pandemia tuvo una de las mayores caídas en términos de expectativa de vida al nacer y de incrementos en el exceso de mortalidad, Argentina sufrió un impacto menor en ambos indicadores, lo que merece destacarse (The Lancet, 2024).

Cuando se analizan las políticas turísticas desplegadas en el contexto de emergencia, el contraste es aún mayor. El gobierno mexicano no aumentó el presupuesto a la Secretaría de Turismo, al contrario, lo redujo (CEFP, 2023). Ello en virtud de que se re direccionaron los recursos económicos para la construcción del Tren Maya, que aún se encuentra en etapa de obra. De este modo, las políticas implementadas en el contexto de emergencia se limitaron a estrategias de promoción turística, aunque esta vez destinadas al mercado nacional, y al diseño de protocolos sanitarios que permitieran continuar con el desarrollo de la actividad, sobre todo aquella de carácter internacional, que no se interrumpió en ningún momento de la pandemia.

El gobierno argentino en tanto, duplicó la participación del presupuesto turístico en los gastos de la administración central, para financiar una política de asistencia a la oferta, en el contexto del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (el peor momento de la pandemia); una política de coordinación y adaptación, para preparar el sector a la nueva normalidad, en contexto de Distanciamiento Social Preventivo y Obligatorio; y una política de estímulo a la demanda, originada con las primeras reaperturas, para implementarse desde finales del año 2020. Dichas políticas implicaron una transferencia de recursos públicos tanto al empresariado turístico nacional, como a trabajadores del sector, a municipios que tenían en el turismo la principal actividad y a los propios residentes para promover el turismo nacional. Dichas medidas permitieron retener puestos de empleo, contar con compensaciones de gastos y créditos, así como inversiones en obras (en el caso de las localidades turísticas) que ayudaron a sostener la estructura en el largo tiempo de confinamiento. Lo anterior explica que la pérdida de empleo no fuera directamente proporcional a la caída de la actividad, nótese que Argentina pierde la misma cantidad de empleo que México, con una caída de la actividad tres veces mayor.

Asimismo, la política de coordinación y adaptación, logró adecuar el desarrollo de la actividad a las recomendaciones sanitarias, para que prestadores y destinos puedan beneficiarse de la política de estímulo una vez iniciadas las primeras reaperturas. En cuanto a esta última, destaca el alcance de Programa de Preventa de Turismo Nacional. La magnitud que alcanzó esta iniciativa contribuyó al éxito de la temporada estival 2021 y 2022, que mejoró las cifras del último verano de pre-pandemia. De este modo, el flujo de turismo nacional logró recortar las pérdidas que originó la caída del internacional, que para el año 2022 seguía un 45 % debajo de los niveles de 2019. Dicho programa no solo sirvió para democratizar el acceso de destinos de alto gasto reconocidos por el mercado internacional (El Calafate, Ushuaia, Bariloche, Iguazú), sino también contribuyó a fortalecer diversos destinos locales y provinciales asociados a un turismo de proximidad de corta distancia, lo que originó un mapa turístico más equilibrado territorialmente (Schenkel, 2024).

Esta reformulación que atravesaron las políticas turísticas en Argentina refleja cómo la caída del turismo internacional constituyó una oportunidad para posicionar otras demandas en la agenda sectorial y apostar por nuevas estrategias de intervención, pensadas a partir de las necesidades y demandas del propio residente en su rol de trabajador, prestador y visitante de destinos nacionales. Tal “domesticación” de las políticas sectoriales sirvió para financiar instrumentos de gestión que inyectaron recursos en el propio territorio (más allá de las estrategias promocionales y de marketing) y privilegiaron al mercado interno, que volvió ocupar un lugar prioritario en la agenda sectorial, después de décadas de abandono. En este sentido, el caso de Argentina evidencia que es posible hacer una transición hacia un modelo turístico mucho más balanceado, con menor peso del turismo internacional y una mayor participación del mercado interno y de proximidad. Tales esfuerzos conectan con las discusiones globales sobre cómo la actividad turística debe responder a la crisis climática y energética, y de este modo a la disminución de las emisiones de gases de efecto invernadero (Olcina y Vera-Rebollo, 2016). El contexto de emergencia climática exige que las políticas sectoriales centralicen sus esfuerzos en el despliegue de destinos de proximidad, a los cuales poder arribar en tren o por carretera (Cañada e Izcarra, 2021); y, de este modo, dejar de priorizar las acciones de promoción en el exterior, tan dependientes del transporte aerocomercial, uno de los principales causantes de la huella de carbono.

A contramano de lo que sucedió en Argentina, en México ha continuado el modelo pre-pandémico y las políticas sectoriales siguieron profundizando el crecimiento de los arribos internacionales. Nótese que la total apertura de fronteras en el peor momento de la pandemia le permitió pasar de ocupar el séptimo lugar del ranking de destinos internacionales en 2019 al tercer lugar en 2020, para aumentar su participación en el mercado externo. El turismo nacional en tanto no ha mostrado aún una recuperación, para continuar con menores niveles de ocupación y traslado que en 2019. Esto demuestra

la escasa atención que el Estado mexicano le otorga al turismo nacional, como lo han señalado varios autores (Bringas, 1999; Cárdenas, 2020), mientras que continúa la fuerte apuesta por el turismo internacional como única estrategia sectorial para alcanzar el desarrollo (Cámara de Diputados y CEFP, 2020). Varios autores han identificado que el desarrollo turístico generado en México sigue en deuda con la problemática ambiental (Ambrosie, 2022; Cárdenas, 2020; e Ibáñez, 2022). La mayoría de los destinos turístico del país (de reciente creación, los que se hallan en plenitud, así como los maduros) se encuentran altamente contaminados y existe una sobreexplotación de sus recursos naturales, como es el agua. Otros elementos son el impacto turístico sobre especies vulnerables y la constante violación de la normatividad ambiental (Ibáñez, 2022). Para ejemplificar, se identificó que México en el 2008 se posicionó, en el rubro de sustentabilidad ambiental del Índice de Competitividad de Turismo y Viajes, en el lugar 48, para el 2019 pasó al 108, hubo un retroceso de 60 de posiciones (Ibáñez, 2022: 56). Se esperaba que con la pandemia se revisaría y cambiaría la relación entre el turista, operadores turísticos, empresarios, gobierno y población local con el ambiente, pero no fue así. E, incluso, la problemática que trae consigo la no protección y conservación de los recursos naturales se puede recrudecer aún más por el cambio climático.

Bibliografía

- Aguilar, L. (2022). *Acerca del Gobierno. Propuesta de teoría*. Ciudad de México: El Colegio de Jalisco y Tirant lo Blanch.
- Aguiló, E. y Vich i Martorell, G. (1996). “La investigación en el ámbito de la política turística: la experiencia de CIFT-España (AEI)”. *Estudios Turísticos*, (129): 23-35.
- Aguirre, J. P. (2020). “Caída del turismo por la covid-19. Desafío para México y experiencias internacionales”. *Instituto Belisario Domínguez, Dirección General de Análisis Legislativo*. Disponible en <http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/handle/123456789/4882>
- Ahmed, A. (2020). “Cifras ocultas: México desatiende ola de muertes en la capital”. *The New York Times*. Disponible en <https://nytimes.com.es/2020/05/08/español/américa-latina/méxico-coronavirus.html>
- Ambrosie, L. (2022). “Turismo en Quintana Roo: de recaudación positiva a deudas sociales y ambientales”. En E. Cárdenas (Coord.). *Análisis de las políticas públicas, programas y acciones en turismo en México* (pp.71-107). Zapopan: El Colegio de Jalisco.
- Barroso, M. y Flores, D. (2007). “La política turística como parte de la política económica”. *Análisis Turístico*, (4): 4-21.
- Bergeret, R., Gordillo, M. C. y Castillo, M. (2021). “Reflexiones críticas sobre la política pública federal para el turismo en México 2018-2024”. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Bulcourn, P. y Cardozo, N. (2008). “Por qué comparar políticas públicas?”, en *Política Comparada*, Documento de Trabajo #3.
- Blázquez, M., Cañada, E. y Murray, I. (2011). “Búnker playa-sol. Conflictos derivados de la construcción de enclaves de capital transnacional turístico español en el Caribe y Centroamérica”. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, (15): 348-386.
- Bringas, N. (1999). “Políticas de desarrollo turístico en dos zonas costeras del pacífico mexicano”. *Región y Sociedad*, 11(17): 4-51.
- Cañada, E. e Izcara, C. (Ed.). (2021). *Turismo de proximidad. Un plural en disputa*. Barcelona: Icaria.
- Cárdenas, E. (2022). “Estudio Introductorio”. En E. Cárdenas (Coord.). *Análisis de las políticas públicas, programas y acciones en turismo en México* (pp. 9-35). Zapopan: El Colegio de Jalisco.
- Cárdenas, E. (2021). “Una aproximación a la evaluación de la sustentabilidad del tequila en su tierra natal”. En J. Arroyo (Coord.). *Problemas relevantes de México T-MEC, migración, provisión de agua en la Zona Metropolitana de Guadalajara, sustentabilidad de la producción del tequila y pueblos mágicos* (pp. 189-226). Zapopan: Universidad de Guadalajara.
- Cárdenas, E. (2020). “Trayectoria del turismo interno en México y una propuesta de agenda pública”. *Gestión Turística*, (33): 9-44. Disponible en <https://doi.org/10.4206/gest.tur.2020.n33-02>
- Carrera, I. C. (2022). “La importancia de la evaluación de la gobernanza turística en México. *Innovación y Gestión Pública* (pp. 122-144.) Disponible en <https://iaptabasco.org.mx/wp-content/uploads/2022/06/06-Mara-Isel-Camelo-Carrera.pdf>
- Centro de Estudios de las Finanzas Públicas (CEFP) (2023). “Gasto Federal en Turismo, 2014-2023”. Cámara de Diputados – Palacio Legislativo de San Lázaro, Ciudad de México. Disponible en <https://www.cefp.gob.mx/publicaciones/nota/2023/notacefp0062023.pdf>

- Centro de Estudios de las Finanzas Públicas (CEFP) (2020). “Presupuesto Federal en Turismo 2012-2020 y cambio en su política de promoción”. Cámara de Diputados – Palacio Legislativo de San Lázaro, Ciudad de México. Disponible en <https://www.cefp.gob.mx/publicaciones/documento/2020/cefp0242020.pdf>
- Corzo, D. (2022). “Lineamientos para la formulación del plan de reactivación turística pos-covid-19 en el área metropolitana de Bucaramanga”. *Turismo y Sociedad*, (31): 49-71. Disponible en <https://www.redalyc.org/journals/5762/576273412002/html>
- Decreto 260/20. Boletín Oficial de la República Argentina. Buenos Aires, 12 de marzo de 2020.
- Decreto 1.297/06. Boletín Oficial de la República Argentina. Buenos Aires, 29 de septiembre de 2006.
- Decreto 1.372/08. Boletín Oficial de Argentina. Buenos Aires, 29 de agosto de 2008.
- Díaz, F. (Coord.). (2006). *Política turística. La competitividad y sostenibilidad de los destinos*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Fayos, E. (2004). “Política turística en la era de la globalización”. *Colección Mediterráneo Económico*. (5): 215-232.
- García, A. (1979). “Cancún: Turismo y subdesarrollo regional”. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Gobierno de México. (2019). “Boletines estadísticos”. Disponible en www.politicamigratoria.gob.mx/PolíticaMigratoria/cuadrosBOLETIN?Anual=2019&Secc=1
- Gobierno de México. (2022). “Boletines estadísticos”. Disponible en portales.segob.gob.mx/es/Politica-Migratoria/CuadrosBOLETIN?Anua=2022&Secc=1
- Gobierno de México. (2022a). “Compendio estadístico del turismo en México”. Disponible en <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/compendioEstadistico.aspx>
- Gobierno de México. (2022b). “Empleo turístico”. Disponible en Datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ResultadosITET.aspx
- Goeldner, C. y Ritchie, B. (2012). “Tourism. Principles, Practices, Philosophies”. New Jersey: John Wiley & Sons
- González, F. y Oriol M. (2010). “Introducción a la gestión pública del turismo”, En Or. Miralbell (Coord.) et al., *Gestión pública del turismo* (pp. 19-70). Barcelona: UOC
- González, A. (2020). “Evolución de la pandemia de COVID-19 en los principales municipios turísticos de México”. *Dimensiones Turísticas* [Número especial: Turismo y COVID-19], (4): 37-68. Disponible en <https://doi.org/10.47557/YOEK2594>
- Grau, M. y Mateos A. (eds.). (2002). *Análisis de políticas públicas en España: enfoques y casos*. Valencia: Tirant lo Blanch
- Hall, M. (2010). “Politics and tourism – interdependency and implications in understanding change”. En R. Butler & W. Suntikul (Eds.). *Tourism and political change* (pp. 7-18). Oxford: Goodfellow Publishers.
- Hiernaux, D. (1991). “Cancun bliss”. En J. Dennis and S. Fainstein (Coords.). *The Tourist City* (pp. 125-139). New Haven and London: Yale University Press.
- Hiernaux, D. (2020). “El amargo despertar del turismo mexicano pos-COVID-19”, En M. Simancas, R. Hernández y N. Padrón (Coords). *Turismo pos-COVID-19 Reflexiones, retos y oportunidades. Edición, julio 2020* (pp. 191-199.) Catedra de turismo. CajaCanarias-Ashotel: Universidad de La Laguna. Disponible en <https://doi.org/10.25145/b.Turismopos-COVID-19.2020>
- Ibáñez, R. (2022). “Competitividad y sustentabilidad ambiental del turismo: análisis de la perspectiva institucional en México”. En E. Cárdenas (Coord.). *Análisis de las políticas públicas, programas y acciones en turismo en México* (pp.37-69). Zapopan: El Colegio de Jalisco.
- IERAL – AHT. (2021). “Informe Técnico del Instituto de Estudios sobre la Realidad Argentina y Latinoamericana” –IERAL. AHT
- INDEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos). Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH). 2019-2021
- INDEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos). “Encuesta de Turismo Internacional 2019-2021”.
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía). (2019). “Comunicado de prensa núm. 642/20. Cuenta Satélite de Turismo”. Disponible en <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/StmaCnNal/CST2019.pdf>
- Jiménez, A. (1992). *Turismo, estructura y desarrollo. La estructura funcional del turismo internacional y la política turística de México*. Desarrollo histórico. 1945-1990. México: McGraw-Hill.
- Ley Nacional N° 25.997/05 2005 “Boletín Oficial de la República Argentina”. Buenos Aires, 7 de enero de 2005.
- Kremar, A. (2020). “Políticas públicas de turismo en pandemia, una visión”. *Tekohá*, 8(6), 75-85. Disponible en <http://edicionesfhycs.unam.edu.ar/index.php/tekoha>

- Madrid, F. y Godínez, G. (2022). “Turismo y pandemia en México. Un balance de afectaciones. CNET y CICOTUR”. Disponible en [Anahuac.mex/mexico/cicotur/Sites/default/files/2022-05/TurismoYpandemia](https://anahuac.mex/mexico/cicotur/Sites/default/files/2022-05/TurismoYpandemia)
- Maríñez, F. y Fernández, J. (2020). “México y la pandemia de COVID-19. ¿Cómo ha sido su gestión?”. Hurtado, J. (Coord.). *Colección jalisco ante el covid-19: problemas, retos y propuestas*. Zapopan: El Colegio de Jalisco, COECYTJAL, Jalisco Gobierno del Estado, Innovación, Ciencia y Tecnología.
- Martínez, M. y Cruz, O. (2022). “Gestión municipal en el turismo pos-pandemia”. *Dyces Victoria*, 4(1): 6-16. Disponible en <https://doi.org/10.29059/rdycsv.v4i1.147>
- Ministerio de Turismo de la Nación – MINTUR. 2015 “Argentina. PETS. Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable”. Actualización 2015. Turismo 2020. Mintur.
- Miralbell Izard, O. (Coord.) et al. (2010). “Gestión pública del turismo”, (159). Barcelona: UOC.
- Monfort, V. (2000). “La política turística: una aproximación”. *Cuadernos de Turismo*, (6): 7-27.
- Oficina Nacional de Presupuesto (ONP). 2020. “Ley Nacional de Presupuesto 2019. Ministerio de Economía de la Nación”.
- Olcina Cantos, J. y Vera-Rebollo, J. (2016). “Cambio Climático y política turística en España: diagnóstico del litoral mediterráneo español.” *Cuadernos de Turismo*, (38): 327-363. Disponible en <https://doi.org/10.6018/turismo.38.1471>
- Organización Mundial del Turismo (OMT) “Dashboard”. Disponible en <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>
- OMT (Organización Mundial del Turismo). (2021). “Comunicado de prensa. 2020: el peor año de la historia del turismo, con mil millones menos de llegadas internacionales”. Disponible en https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-01/210128-barometer-es.pdf?afhE7NpuFgX_3avC5b8GTiE2T7Ptcw9J
- OMT (Organización Mundial del Turismo). (2013). “Panorama OMT del turismo internacional”. Edición 2013. OMT.
- OMT (Organización Mundial del Turismo). (2019). “Panorama OMT del turismo internacional”. Edición 2019. OMT.
- OMS (Organización Mundial de la salud). “Dashboard”. Disponible en <https://covid19.who.int/>
- Pantojas, E. (2022). “De la plantación al resort. El Caribe en el siglo veintiuno”. Barcelona: Alba Sud Editorial e Instituto de Estudios del Caribe.
- Parsons, W. (2008). *Políticas Públicas*. México: Miño Dávila
- Rivas, J., Gracia, R. y Callejas, R. (2022) “Crisis del sector turismo por COVID-19 y su recuperación”. *Economía Informa*, (434): 21-34. Disponible en <http://www.economia.unam.mx/assets/pdfs/econinfo/434/02Crisisturismo.pdf>
- Roth, A. (2021). “Modelos administrativos y gestión de pandemias de la edad media hasta nuestros días”. En F. Maríñez y M. Calzada (Coords.). *Gestión pública y políticas públicas en tiempos de emergencia. Lecciones aprendidas de la pandemia Covid-19* (pp. 53-82). Cuauhtémoc: Tirant lo blanch
- Schenkel, E. (2019). “Turismo y política turística. Un análisis teórico desde la ciencia política”. *Reflexiones*. 98(2): 129-140.
- Schenkel, E. (2020). “Análisis de políticas turísticas. El inprotr en Argentina (2005-2015)”. *El Periplo Sustentable* (39): 264-288. Disponible en [10.36677/elperiplo.v0i39.11434](https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i39.11434)
- Schenkel, E. (2021). “El turismo en la agenda pública latinoamericana: ¿cómo llegamos hasta aquí?”. En E. Cañada e I. Murray (Ed.). *#TourismPostCOVID19 Turistificación Confinada, Colección Turismos* (pp. 126-133). Barcelona: Alba Sud.
- Schenkel, E. (2024). “Estado, Turismo y Covid-19 en Argentina: implicancias de las políticas turísticas implementadas en pandemia”. *Íconos, Revista de Ciencias Sociales*, (78): 155-175
- SECTUR (Secretaría de Turismo). (2019). “Encuesta de Viajes y Turismo en Hogares.” SECTUR.
- SECTUR (Secretaría de Turismo). (2019). “Compendio estadístico del turismo en México”. Disponible en https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentoscompartidos-COMPENDIO_2019.pdf
- SECTUR (Secretaría de Turismo). (2020). “Programa sectorial de turismo 2020 – 2024”. Gobierno de México, Disponible en http://sistemas.sectur.gob.mx/sectur/prosector_2020-2024.pdf
- SECTUR (Secretaría de Turismo) y FONATUR (Fondo Nacional de Fomento al Turismo). (2023). “Tren Maya”. Gobierno de México. Disponible en <https://www.gob.mx/trenmaya>
- Suarez, K. (2021). “México revela que el número de muertos por covid-19 es casi un 60% más alto de los que se informó oficialmente”. CNN. Disponible en <https://cnnespanol.cnn.com/2021/03/28/mexico-revelo-que-el-numero-de-muertos-por-covid-19-es-casi-un-60-mas-alto>
- The Lancet. (2024). “Global age-sex-specific mortality, life expectancy, and population estimates un 204 countries and territories and 811 subnational locations, 1950-2021, and the impact of the COVID-19

- pandemic: a comprehensive demographic analysis for the Global Burden of Disease Study 2021". Disponible en [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(24\)00476-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(24)00476-8)
- Velasco González, M. (2004). *La política turística– Gobierno y Administración Turística en España (1952-2003)*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Velasco González, M. (2020). "Políticas turísticas ante una pandemia". En Simancas, M., Hernández, R. y Padrón, N. (Coords.). *Turismo pos-COVID-19. Reflexiones, retos y oportunidades* (pp. 131-145). España.
- Werner J. y Wegrich, K. (2007). "Theories of the Policy Cycle". En Fisher, F., Miller, G and Sidner M. (Eds.). *Handbook of Public Policy Analysis. Theory. Politics and Methods*, (pp. 43-62). Boca Raton: Taylor & Francis Group.

Notes

- ¹ Cita Trad.: "On the one hand there is the demand for less government interference in the market and allowing industries to develop and trade without government subsidy or assistance while, on the other, industry interest groups still seek to have government policy developed in their favour, including the maintenance of government funding for promotion and development" (Hall, 2010:10).
- ² Cita tad., texto original: "Tourism policy can be defined as a set of regulations, rules, guidelines, directives, and development/promotion objectives and strategies that provide a framework within which the collective and individual decisions directly affecting long-term tourism development and the daily activities within a destination are taken" (Goeldner y Ritchie, 2012: 326-327).

Recibido: 07/12/2023
Reenviado: 26/06/2024
Aceptado: 29/06/2024
Sometido a evaluación por pares anónimos