

La explotación sexual comercial de menores en los destinos turísticos. Conocimientos, actitudes y prevención de los prestadores de servicios turísticos en Taganga, Colombia.

Frederic Jouen*
Seweryn Zielinski**

Universidad del Magdalena, Colombia

Resumen: La explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNNA) en turismo es una problemática mundial que solo recientemente ha llamado una mayor atención de gobiernos de países en vía de desarrollo. En este contexto, Colombia ha implementado rigurosas políticas de prevención y protección de los adolescentes. Sin embargo, los prestadores de servicios turísticos, quienes son los principales agentes involucrados en la actividad turística, no demuestran el compromiso muy claro. A través del cuestionario que constó de 14 preguntas cerradas, se evaluó la perspectiva de los empresarios turísticos acerca de la ESCNNA. Se aplicaron y se contestaron 115 encuestas cara a cara. El resultado demuestra que en Taganga los prestadores de servicios turísticos no cumplen con esta obligación moral y legal; su conocimiento de las normas relacionadas es muy limitado y sus motivaciones no están reflejadas por acciones concretas.

Palabras clave: Explotación sexual, adolescentes, turismo, ESCNNA, Colombia

Title: Commercial sexual exploitation of children in tourism destinations. Knowledge, aptitude and prevention of tourist services in Taganga, Colombia

Abstract: The sexual exploitation of children and adolescents in tourism is a global phenomenon that only recently has called major attention of governments of developing countries. In this context, Colombia has implemented rigorous policies aimed at prevention and protection of adolescents. Nevertheless, the tourism enterprises, which are the principle agents involved in the tourism industry, do not show clear commitment. Through a questionnaire consisting of 14 closed questions, the perspective of the tourism operators of sexual exploitation of adolescents was evaluated. In total 115 face to face questionnaires was applied and responded. The results show that the enterprises in Taganga do not comply with this moral and legal obligation; their knowledge about the norms is very limited and their motivations are not reflected by specific actions.

Keywords: Sexual exploitation, adolescents, tourism, CST, Colombia

* Grupo de Investigación en Sistemas Costeros, Universidad del Magdalena, Carrera 32 N° 22-08 Sector San Pedro Alejandrino, Santa Marta, Magdalena, Colombia. E-mail: fredericjouen@yahoo.fr

** Grupo de Investigación en Sistemas Costeros, Universidad del Magdalena, Carrera 32 N° 22-08 Sector San Pedro Alejandrino, Santa Marta, Magdalena, Colombia. E-mail: sevenunimag@gmail.com

1. Introducción

El turismo es una de las actividades productivas humanas con mayor crecimiento en las últimas seis décadas. Entre 1950 y 2005, las llegadas de turistas internacionales crecieron a una tasa anual del 6,5%, pasando de 25 millones de turistas a más de 900 millones, generando ingresos de 944 mil millones de dólares para el año 2008 (OMT, 2009).

En Colombia el turismo es el segundo sector más importante de ingreso de divisas (Proexport, 2008), reportando un crecimiento del 9,7% entre 2009 y 2010, y 16.5% entre enero y abril de 2011 (Proexport, 2011). Esta impresionante tasa de crecimiento posiciona a Colombia como el destino turístico emergente de mayor crecimiento en América Latina. Cabe anotar que la costa Caribe es la principal región receptiva de turismo en Colombia (Aguilera, Bernal y Quintero, 2006).

En general, los turistas eligen su destino por razones como el ocio o el negocio, la relajación, el descubrimiento de otros rasgos culturales, o el deseo de naturaleza y aventura. Sin embargo, para algunos turistas la motivación es la posibilidad de tener relaciones sexuales con adultos o niños locales. Así, según la Organización Internacional de Migraciones y Turismo, un 20% de los viajeros buscan contactos sexuales durante sus viajes y un 3% confiesa tendencias pedófilas (Counter Pedophilia Investigative Unit, 2011).

La Explotación Sexual Comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNNNA) se refiere a la utilización de personas menores de edad en actividades sexuales con la promesa de una remuneración económica o cualquier otro tipo de retribución (pago o en especie) o inclusive bajo amenazas (ECPAT, 2008).

La situación de los niños y niñas víctimas de esta explotación se ve agravada por la existencia del turismo sexual infantil proveniente de los países desarrollados (Append y UNICEF, 2006). Así, bajo el pretexto de mantener el anonimato, los ofensores viajan a varios países con mínimas preocupaciones de ser judicializados. En las regiones afectadas, los niños vulnerables son abundantes, la pobreza es prevalente, viaje es económico, y los sistemas jurídicos son poco o no estructurados (Newman et al., 2011). Así, los gobiernos destinan dinero para desarrollo turístico y no se interesan los impactos de esta actividad (Rao, 1999). Sin embargo, cabe destacar que el turismo no es la causa del fenómeno, sino es un vehículo mediante el cual los abusadores extranjeros y nacionales acceden fácilmente a los niños locales (Aguilar, 2005).

Mientras que existan destinos turísticos de ESCNNNA, las víctimas enfrentarán el peligro de persecución, delincuencia y contacto con el sistema de justicia juvenil, problemas de salud, SIDA, alto riesgo de embarazo, abuso de drogas, trastornos psicológicos como depresión, hasta el riesgo de suicidio (Klain, 1999).

Como negocio lucrativo, ESCNNNA genera una verdadera cadena de suministro cuyos eslabones son los proveedores de servicios turísticos, tales como taxistas, personal de hoteles, bares y restaurantes, negocios locales que, unidos a organizaciones de crimen organizado se lucran a través de actividades de tráfico relacionados con los niños.

Especialmente los establecimientos de hospedaje son vulnerables a ser utilizados con fines de explotación sexual comercial. Muchas veces son los establecimientos que permiten o facilitan la ESCNNNA, brindando información o permitiendo que ocurra en sus dependencias. También son muy comunes casos de desconocimiento de cómo proceder, por complicidad con el explotador o por negligencia. En consecuencia los casos de ESCNNNA no se las denuncian (OIT/IPEC, 2007).

La ESCNNNA es una problemática de carácter mundial frente a la cual diversos países han mostrado su preocupación. Muchas organizaciones internacionales como la Organización Mundial del Turismo (OMT) e otras organizaciones de las Naciones Unidas han implementado políticas y acciones para proteger a los más débiles de cualquier forma de explotación. La campaña de la OMT llamada *Proteger a los niños de explotación en turismo* fue oficialmente presentada en la World Travel Market de la 23ª reunión del Grupo de Trabajo Internacional en Londres el 10 de noviembre de 2008.

La campaña ya cuenta con un amplio apoyo por parte de los gobiernos, oficinas de turismo y otros organismos de la ONU, así como socios de los sectores público y privado. La OMT ha organizado varios eventos, ha trabajado sobre la cooperación de las actividades estratégicas entre diversas organizaciones y finalmente produjo herramientas digitales para empresas/instituciones que desean implementar la campaña así como para los jóvenes que quieren hacer parte de ella (OMT, 2008). Asimismo, distintos países, incluyendo a Colombia, han aplicado políticas de prevención y protección de niños, niñas y adolescentes.

Es este marco, Colombia ha respondido uniéndose a la lucha contra ESCNNNA, promoviendo políticas públicas a favor de la infancia y la reglamentación de disposiciones legales sobre esta problemática. Así, en 2009 se implementó

leyes 1329 y 1336, que definen las obligaciones de los prestadores de servicios turísticos en el marco de ESCNNA, hasta el punto que la adopción del código de conducta es un prerrequisito para inscribirse o actualizar el Registro Nacional del Turismo, en otras palabras, para funcionar legalmente como un negocio turístico.

No cabe duda que la responsabilidad de prevenir la ESCNNA está en manos de operadores turísticos, alojamientos, empresas de transporte, gobiernos locales, ONGs y todas personas relacionadas con la actividad turística. Si se trabaja de una manera conjunta, los miembros de estos diversos sectores pueden formar un frente unido en contra de quienes abusan de niños, niñas y adolescentes mientras se encuentran de viaje. Según los expertos en el tema, las primeras acciones deben ser enfocadas en adopción del código de conducta y el enfoque de evaluación crítica del sistema turístico (ECPAT, 2009).

En el contexto de la lucha contra la ESCNNA en Colombia, se adaptó la *Prevención de la Explotación Sexual de Niños, Niñas y Adolescentes* y la *Promoción de Colombia como un Destino Turístico Libre de Drogas* dentro de un marco de *turismo responsable*. Esta iniciativa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y del Fondo de Promoción Turística busca promover el ejercicio ético del turismo por parte de turistas, prestadores de servicios turísticos y comunidad receptora (MCIT, 2011).

En este contexto, en 2006 se creó el *Plan de Acción Nacional para la Prevención y Erradicación de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes menores de 18 años*, que definió las estrategias y acciones frente a la problemática (ICBF, UNICEF, OIT, IPEC y Fundación Renacer, 2006). En 2009 los esfuerzos del gobierno se enfocaron en la formación y sensibilización de la cadena productiva del turismo y autoridades locales frente a la problemática y acciones para asumir un rol activo en su prevención.

La obligación de adoptar el código de conducta, el marco legal, talleres y programas contra la ESCNNA en los destinos turísticos y las campañas en medios de comunicación masiva son algunas de las acciones empleadas por el ministerio en el contexto nacional. Sin embargo, la experiencia internacional de la ECPAT (2009) demuestra una posición menos optimista hacia las acciones de los prestadores de servicios, quienes son los actores principales en la lucha contra la explotación sexual de adolescentes.

Según estas experiencias los operadores turísticos muchas veces no implementan ningunas medidas preventivas debido al miedo de trabajo

adicional que tienen que asumir para capacitar el personal y producir informes anuales. Algunas empresas lo hacen por razones económicas; las capacitaciones de los empleados significan un gasto del tiempo y disminución temporal de la capacidad operativa de la empresa. También hay miedo de perder los clientes; los prestadores no quieren molestarlos con el tema y quieren evitar su incomodidad relacionado con el tema de pedofilia. Adicionalmente, los operadores prefieren no involucrarse por miedo del efecto de la ESCNNA sobre la imagen del destino y el riesgo que enfrentan en relación con las estructuras criminales que controlan el turismo sexual infantil. Finalmente, algunas empresas simplemente no reconocen su responsabilidad o simplemente no son conscientes de la problemática (ECPAT, 2009).

En este marco, las actitudes de los prestadores de servicios turísticos hacia la ESCNNA demuestran su responsabilidad social y el aporte que hacen para combatir esta problemática. Las acciones del gobierno y las ONG juegan un papel clave en concienciación sobre el tema, pero sin participación activa de los prestadores de servicios será muy difícil, si aún posible, obtener buenos resultados. Por cuestiones legales¹, y/o morales, las empresas tienen que adoptar una actitud firme contra este problema. Sin embargo, en realidad muchas veces este no es el caso.

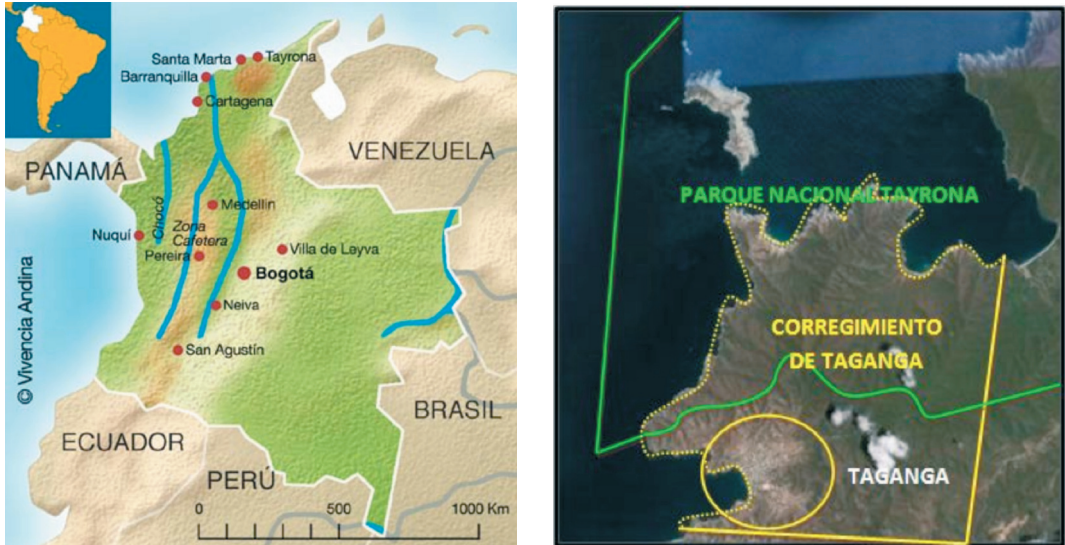
Por lo tanto, este trabajo participara del diagnóstico necesario a la construcción de campaña local de prevención e intervención eficaces. Además, es un aporte al tema de la ESCNNA, que *debido a su característica clandestina ha sido un fenómeno poco estudiado* (Aguilar, 2005: 207).

2. Corregimiento de Taganga

El Corregimiento de Taganga se encuentra ubicado al norte de la ciudad de Santa Marta (Colombia), en una bahía que lleva su nombre, en las estribaciones de la Sierra Nevada de Santa Marta (Figura 1). Este corregimiento durante siglos fue una villa de pescadores, descendientes de la etnia indígena Tayrona. Investigadores como Massan (1922 citado en Silva, 2007) y Reichel – Dolmatoff (1954), quienes realizaron los primeros estudios reportados en esta zona, informaban que a inicios del siglo XX su población todavía tenía rasgos correspondientes a la cultura Tayrona del siglo XVI.

El turismo en Taganga es un fenómeno reciente. En 1954 se construyó la carretera entre Taganga y la ciudad de Santa Marta, quedando Taganga con un mayor acceso y al alcance de

Figura 1. Ubicación del Corregimiento de Taganga



Fuente: Mapas – Vivencia Andina y Google Earth, Limite de Taganga – elaboración propia según el Plan de Ordenamiento Territorial de Santa Marta 2000 – 2009

los flujos de Santa Marta. La construcción de ésta vía ha introducido cambios sustanciales en la organización social, económica y cultural, terminando así con el aislamiento geográfico y cultural en el que se había mantenido hasta 1953 (Silva, 2007).

En la actualidad, Taganga cuenta con más de 4500 habitantes. El sector turístico emplea el 36,3% del total de la población económicamente activa, superando el empleo local en la actividad pesquera por más del 7%. Cabe anotar que en el año 2004 la proporción de la población que trabajaba en ambos sectores era inversa (Zielinski, 2011). Este cambio del modelo económico, a favor de turismo, es un claro indicador que la industria ha avanzado hasta la fase de desarrollo, según el modelo CVDT de Butler (1980), creando dependencia de la comunidad del flujo turístico constante.

Taganga representa un claro ejemplo de los denominados *pequeños destinos*, los cuales todavía son poco relevantes en el contexto turístico nacional. Como consecuencia, sus habitantes ven este sector como una opción para cambiar de la dependencia de las actividades extractivas, como la pesca o la minería, que cada vez se ven más afectadas por la contaminación de las aguas marinas, la sobrepesca, la degradación de ecosistemas como corales y praderas de pastos marinos, entre otros efectos negativos del desarrollo económico.

Como consecuencia de la baja sostenibilidad ambiental, la industria turística en taganga es uno de los mayores generadores de impactos negativos. El turismo en Taganga se basa en la oferta natural, aunque está promoviendo la acelerada urbanización y la transformación económica y socio-cultural de la población local (Zielinski y Botero, 2011).

Al comparar los efectos del turismo percibidos por la comunidad y las empresas turísticas, el estudio de Zielinski (2011) confirmó los asuntos ligados al expendio y consumo de drogas, así como la prostitución, son preocupaciones comunes para ambos grupos. A pesar de que la prostitución no es fácilmente detectable, la abundancia de droga y facilidad de conseguirla son evidentes. Esta problemática está estrechamente relacionada con el tipo de turistas que visitan a Taganga.

La presencia de droga y el fenómeno del hipismo comenzaron hace cinco décadas, cuando los extranjeros utilizaban los servicios de transporte marítimo de los pescadores Tagangueros, que llevaban a los viajeros a las playas, no accesibles por tierra, donde ellos podían consumir droga sin ninguna repercusión. En esa época, los pescadores trabajaban como contrabandistas de drogas provenientes de la región del Parque Tayrona y la Sierra Nevada de Santa Marta (Mejía y Viloria, 2006). La demanda creada por los mochileros ha impulsado a Taganga una imagen droga e hipismo.

Por otro lado, la presencia de prostitución y explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes no es tan fácilmente detectable como la droga. Según la encuesta llevada a cabo en las empresas de turismo, el 37% de ellos identifican la prostitución y droga como principales problemas de Taganga. Además un 52,9% de las mismas empresas está de acuerdo que el turista busca la prostitución en Taganga. De hecho, la encuesta a los turistas lo confirma; el 10,4% de los turistas extranjeros (hombres) recibe estos tipos de ofertas durante su estadía. Sin embargo, los turistas indican que no han visto señales de presencia de la ESCNNA en Taganga (Zielinski, 2011).

3. Metodología

Uno de los objetivos específicos de la investigación acerca de la presencia de la ESCNNA en Taganga fue identificar los conocimientos, las actitudes y los mecanismos de prevención empleados por los proveedores de servicios turísticos. En este contexto, se obtuvo la siguiente información:

- Conocimientos de los prestadores acerca de prácticas de la ESCNNA en Taganga.
- Conocimientos de los prestadores de los aspectos relacionados.
- Actitudes de los prestadores de servicios turísticos en cuanto a la presencia la ESCNNA.
- Prácticas de los proveedores de servicios turísticos para la prevención de la ESCNNA.

Para cumplir con este objetivo, se desarrolló una encuesta a los proveedores de servicios turísticos. El cuestionario constó de 14 preguntas cerradas, que buscaban información acerca de la ESCNNA, desde la perspectiva de los empresarios turísticos. Por medio de un inventario elaborado por el Observatorio del Turismo de Taganga y actualizado por los entrevistadores, se identificó una población de más de 100 proveedores de servicios (incluidos los formales e informales). Para adquirir una mayor relevancia, se decidió aplicar la encuesta a toda la población. El estudio cubrió servicios turísticos como restaurantes, hoteles, bares, agencias de viajes y centros de buceo. El área de estudio se extendió a los límites del Corregimiento de Taganga establecidos por el Plan de Ordenamiento Territorial de Santa Marta (Alcaldía Distrital de Santa Marta, 2000).

Para la recolección de la información en campo, se realizó en abril de 2009 un premuestreo con una muestra de 10 empresas (n=10). Con base en este ejercicio, entre el xx de xxx de 2010 se realizó el muestreo principal. Se aplicaron y se contesta-

ron 115 (n=115) encuestas cara a cara. Los datos fueron procesados con SPSS 17™.

Adicionalmente, la encuesta también incluyó una entrevista de tipo abierta con las fuerzas policiales de Taganga para tener sus puntos de vista acerca de cómo los proveedores de servicios trabajan para erradicar el problema.

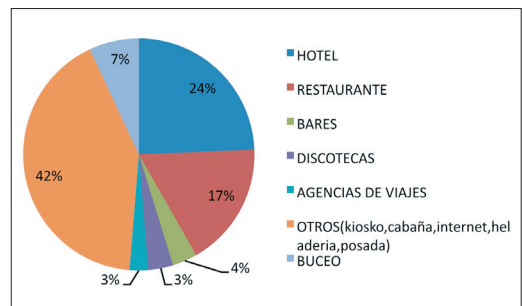
4. Resultados

4.1. Caracterización de los proveedores de servicios turísticos en Taganga

Según los resultados de la encuesta, un 51% de los establecimientos turísticos en Taganga son informales, mientras que un 49% son formales. El sector informal consiste de los establecimientos que ofrecen los servicios a turistas ilegalmente, sin estar registrado en el Registro Nacional de Turismo. En otras palabras, estos establecimientos no pagan impuestos de la actividad turística y muchas veces no cumplen con condiciones mínimas para prestar el servicio.

La expansión del sector informal ha sido reconocido por el gobierno local como un obstáculo serio para desarrollo turístico de la región (Alcaldía Distrital de Santa Marta, 2009). Sin embargo, a pesar de que todos los alojamientos tienen que registrarse, no todos los establecimientos gastronómicos están obligados a hacerlo, lo que depende de la actividad y tamaño del establecimiento. Según la Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996) los quioscos, heladerías, pastelerías, fruterías, puestos de comida ubicados al aire libre, entre otros establecimientos pequeños no necesitan ser registrados en el Registro Nacional de Turismo.

Figura 2. Repartición de los prestadores turísticos de Taganga según la actividad



Fuente: Elaboración propia

Es interesante notar que un cuarto de los establecimientos turísticos son hoteles, los bares y discotecas representan un 7%, los restaurantes

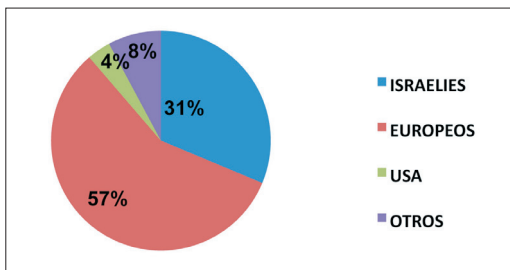
un 17% (Figura 2). Cabe anotar que los kioscos, heladerías, posadas e otros pequeños establecimientos forman el 42% de los negocios relacionados con el turismo. Eso explica la informalidad de muchos de ellos, pues no requieren el Registro Nacional de Turismo.

En cuanto al género de los prestadores de servicios turísticos en Taganga, se aprecia que el 64% son mujeres y un 36% son hombres. Esta proporción es muy común en el sector de servicios, que está dominado por mujeres.

En términos de nacionalidad de los turistas, las cifras muestran de acuerdo a la procedencia de los turistas que visitan Taganga que un 99.1% son extranjeros y un 0.9% son nacionales. Este resultado está distorsionado por el hecho de que las encuestas se aplicó durante la temporada nacional baja, cuando Taganga recibe casi exclusivamente turistas extranjeros.

Con respecto a la procedencia de los turistas extranjeros los datos muestran que un 57% son Europeos, un 31% son Israelíes, un 4% son de EE.UU. y un 8 % proceden de otras partes del mundo (Figura 3).

Figura 3. Procedencia de los turistas extranjeros



Fuente: Elaboración propia

4.2. Conocimientos acerca de la problemática

En cuanto a la percepción de la ESCNNA por parte de los prestadores de servicios turísticos, un 90% percibe la existencia de una problemática en Taganga mientras que un 10% responde negativamente. Este resultado es la primera señal de la presencia de la ESCNNA en Taganga, ya que los turistas encuestados en 2010 no notaron esta problemática (Zielinski, 2011).

En cuanto al conocimiento de las normas que rigen la prevención ESCNNA en Colombia, el 82 % de los encuestados afirman conocer las normas mientras que un 18 % declara no conocerlas, a pesar de la obligación que tienen las empresas de exponer el código de conducta en relación a esta problemática.

En cuanto al conocimiento de la existencia de sanciones relativas a la no aplicación de las normas de prevención de la ESCNNA, un 80% de los prestadores de servicios turísticos sabe que puede incurrir en sanciones legales si hace caso omiso a las normas de prevención, mientras que un 20% desconoce este aspecto.

4.3. Actitudes

De acuerdo a las motivaciones de los prestadores de servicios turísticos de Taganga en cuanto a realizar la prevención del ESCNNA podemos resaltar que un 29% se motiva por sus valores morales y un 24% por su sentido de pertenencia. Sin embargo es interesante observar que un 27% declara hacer lo por temor a sanciones legales y 20% declara no hacer nada (Figura 4).

Figura 4. Motivación de los prestadores de servicios turísticos a realizar la prevención de la ESCNNA

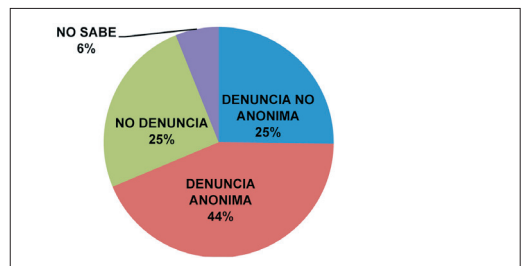


Fuente: Elaboración propia

El 70% de los prestadores de servicio turístico de Taganga está consciente de lo perjudicial que es la ESCNNA es para la imagen de TAGANGA como destino turístico sostenible y un 29.6% no es consciente.

Con respecto a si un prestador de servicios denunciaría un caso de ESCNNA si lo conociese, una proporción 69% de denuncia; 25% denun-

Figura 5. Actitud de los prestadores de servicios turísticos al conocer un caso de ESCNNA



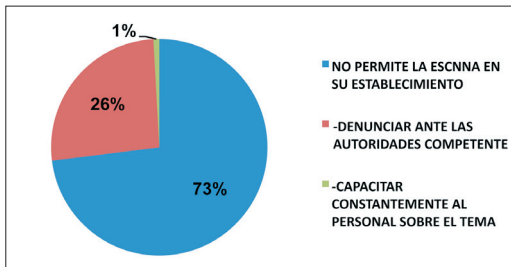
Fuente: Elaboración propia

ciendo de una manera no anónima y un 44% lo haría de manera anónima. Cabe resaltar que un 25% declara que no lo denunciaría y un 6 % declara no saber (Figura 5).

4.4. Prevención

En cuanto a los métodos de prevención para la ESCNNA empleados por los encuestados, el 73% no permite la ESCNNA en su establecimiento, el 26.1% denuncia ante las autoridades competentes y el 9% capacita constantemente a sus empleados sobre el tema (Figura 6).

Figura 6. Métodos de prevención utilizado por los prestadores de servicios turísticos para la prevención de la ESCNNA

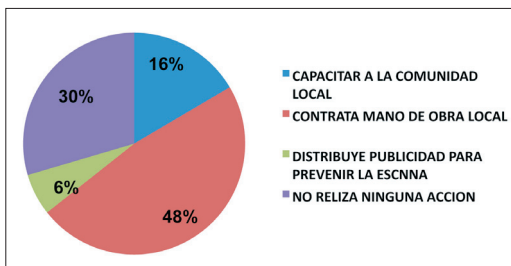


Fuente: Elaboración propia

Acerca de la realización de acción en el marco de la responsabilidad social empresarial, los resultados muestran que un 47.8% de los encuestados prefieren contratar mano de obra local para aplicar la responsabilidad social en la comunidad de Taganga (Figura 7).

Con respecto a si los encuestados exhiben o no las normas de prevención de la ESCNNA, las cifras nos indican que un 48% no conoce las normas, un 41% las tiene pero no las exhibe y

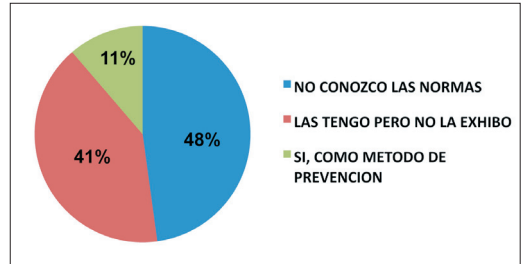
Figura 7. Aplicación de la responsabilidad social empresarial en la comunidad para prevenir a la ESCNNA



Fuente: Elaboración propia

un 11% declara exhibirlas como método de prevención (Figura 8).

Figura 8. Exhibe las leyes que previenen la ESCNNA en un lugar visible de su establecimiento



Fuente: Elaboración propia

5. Discusión

5.1. Acerca del conocimiento

En cuanto a percepción del problema por parte de los prestadores de servicio turístico la encuesta revelo que un 90% percibe la presencia de la ESCNNA en Taganga, lo que confirma un 8,1% de los turistas extranjeros que han visto situaciones que podían ser consideradas delitos (Zielinski y Jouen, 2010). Cabe mencionar que los encuestados anotaron que cuando se trataba de prestadores de servicios turísticos nativos de Taganga había una tendencia mayor a no percibir la presencia de la ESCNNA en Taganga, mientras que los prestadores de servicio no nativos si perciben la problemática y afirman su existencia.

Esta tendencia se podría explicar a través de la existencia de un cierto sentido de pudor e incluso de culpabilidad frente a la posibilidad que sus propios hijos sean victima de esta problemática. Los Tagangueros que pertenecen al núcleo nativo presentan fuertes características tradicionales (Silva, 2007), y por lo tanto los temas como la presencia de la ESCNNA no son fácilmente aceptados en la comunidad. También cabe recordar que en la comunidad de Taganga existen lazos familiares importantes entre sus miembros, que podría generar una protección generalizada hacia el buen nombre de las víctimas.

Por otra parte, existe una diferencia importante entre el alto porcentaje de percepción de la presencia de la ESCNNA y bajo número de casos registrados por las autoridades. Esto revela la existencia de algo que se podría considerar como imaginario. Este imaginario negativo podría estar generado por unos choques culturales, lle-

vando la población local a un resentimiento casi generalizado hacia la *invasión extranjera*. Pero también podría ser causado por el hecho que a pesar de que el 8,1% de turistas reporta haber visto situaciones que pudieran ser consideradas como la ESCNNA, solo un 56,3% de todos los turistas en Taganga declara la disponibilidad de reportar un delito de este tipo (Zielinski y Jouen, 2010)

En el momento en el cual se realizó la encuesta la casi totalidad de los turistas (99%) eran de procedencia extranjera. Este se debe en parte a que la encuesta se realizó fuera de las temporadas turísticas domésticas. Taganga a través de los años se ha convertido en uno de los destinos preferidos de los jóvenes viajeros extranjeros conocidos como *backpackers* o *mochileros*. Este segmento de turistas no presenta fuertes características de estacionalidad, generando un flujo constante de extranjeros en la comunidad. La repartición en cuanto a su origen muestra que la mayoría son turistas Europeos (57%). Sin embargo, es interesante anotar la alta representación de los turistas provenientes de Israel (31%).

Según la policía de Taganga, gran parte de problemática radica en el consumo de drogas y no en la ESCNNA, ya que atienden más casos de este tipo. De acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial de Santa Marta 2000-2009 (Alcaldía Distrital de Santa Marta, 2000) el área de la mayor venta y consumo de drogas se ubica en Taganga. La demanda creada por los mochileros ha impulsado a Taganga una imagen de droga e hipismo. Según la encuesta realizada en agosto de 2009 una proporción de 73,5% de las empresas turísticas admite que los turistas consumen drogas en Taganga (Zielinski y Botero, 2011). El libro de Westerhausen *Beyond the Beach* (2002) se refiere extensivamente al fenómeno del consumo de droga como un elemento silente de la subcultura de mochileros (*backpackers*) (Uriely y Belhassen, 2005).

Hay que recordar que en sus países de origen gran parte de estos jóvenes han tenido algunas experiencias (que por algunos pasan a ser prácticas recurrentes) relacionadas con el uso de cannabis o cocaína. En su informe 2010, el Observatorio Europeo de las Drogas y las Toxicomanías (2010) advirtió entre un 1 y un 10 por ciento de los jóvenes europeos situados en el segmento que va de los 15 a 34 años de edad reconoce que ha consumido cocaína en algún momento de su vida y aproximadamente la mitad lo ha hecho recientemente. Mas del 20% de los europeos adultos lo ha probado al menos una vez en su vida y entre un 5% y 20%

aproximadamente ha consumido esta droga en los últimos doce meses. En cuanto al cannabis, el mismo informe señala que hasta el 35% o más de jóvenes en España, Dinamarca, Francia y Reino Unido la han consumido y un 15% de los colegiales de entre 15 y 16 años de la UE son consumidores habituales de esta droga.

Aunque no existen datos al respecto, puede que estas tasas sean aun más altas en los jóvenes viajeros que responden a unos patrones de comportamiento específicos en término de búsqueda de libertad y de permisividad (Lee, 1999). En la sociología del turismo, el concepto de *juego* ha sido expandido incluyendo el cruce del umbral de un comportamiento aceptable y aspiraciones para realizar re-creación (del uno mismo) y de esta forma llegar al estado de auto-realización, o auto-indulgencia, a través del turismo (Rao, 1999).

El turismo es inexorablemente atado a las ideas de libertad. La promesa de *alejarse de todo* tanto en el deseo de ser libres de la monotonía de la vida cotidiana y la posibilidad de seducción de la libertad en comportamientos nuevos prohibidos (Urry, 1990; Caruana y Crane, 2011). Cruzar las fronteras de la conducta normativa es una de las libertades promovidas por el proceso de liberalización, como se establecen metas cada vez más altas, también se está fomentando el crecimiento del turismo sexual (Rao, 1999).

El turista hedonístico está construido como un objeto dentro de un espacio social, donde las actividades normalmente prohibidas se encuentran bajo de una capa de anonimato, que permite una suspensión temporal de las reglas consuetudinarias y conductas morales. En el país de procedencia los mochileros están limitados por patrones de comportamiento, de normas y significado. Entrando la cultura foránea se reemplaza las identidades individuales con los estereotipos del turista. En las enclaves de mochileros, la suspensión proporciona un espacio en el cual las nuevas identidades pueden emerger en base de los estilos de vida compartida de los mochileros (Wilson y Richards, 2008). Así, los viajeros pueden demostrar un comportamiento que desafía las normas de su entorno familiar, como el consumo de drogas, sexo casual o consumo de prostitución, lo que puede ser un insulto para los residentes (Speed, 2007). Al mismo tiempo los mochileros no se ajustan a las normas de la cultura del país que visitan, sino a la subcultura de mochileros en la cual están suspendidos (Aziz, 1999; Wilson y Richards, 2008).

Cabe destacar que el comportamiento de los mochileros basado en suspensión de las normas morales no conduce directamente al abuso preferencial de adolescentes o pedofilia. Sin embargo, el tipo más común del abusador es situacional, a veces llamado infractor oportunista, y más probablemente este tipo está presente en Taganga. Este tipo de turista sexual abusa los niños por medio de experimentación o a través de impunidad otorgada por ser un turista. Él o ella normalmente no tienen la preferencia para una relación con niños, pero confrontados con una oportunidad de interactuar sexualmente con una persona menor de edad toman la decisión de hacerlo. La situación (locación, tiempo, disponibilidad de niños) le permite a ignorar las cuestiones legales y morales. Estos infractores pueden sentirse anónimos, creyendo que pueden evadir las consecuencias de su comportamiento, que no sería posible en el país de su procedencia. Algunos de ellos se engañan a ellos mismos sobre la edad de la persona joven que abusan. También pueden tratar su crimen como un acto *una vez en la vida*, durante las vacaciones, aunque eso se puede convertir en un modelo de abuso a largo plazo (Thomas y Mathews, 2006).

En consecuencia, hay un choque cultural entre una comunidad caracterizadas por un alto nivel de tradicionalidad para la cual cualquier consumo de droga que es desaprobado y una comunidad de turistas extranjeros, los cuales en busca de libertad y desinhibición exponen actitudes que los residentes no entienden y no aprecian. Además, los Tagangueros no aprueban que sus hijas se relacionen con extranjeros, lo que es muy difícil, considerando que los espacios sociales como la playa y el paseo marítimo son compartidos por los locales y turistas. En resultado, el contacto entre ambos grupos es inevitable.

Si bien existen algunas evidencias de la problemática, sería entonces interesante preguntarse si la percepción de la problemática por los encuestados es en algún sentido *exagerada* por las razones expresadas anteriormente. Si los extranjeros tienden a usar droga y demostrar su sexualidad abiertamente, pueden ser percibidos como capaces de abusar los adolescentes.

En este contexto, los Tagangueros toleran los impactos negativos, destacando que el turismo no trastorna las actividades tradicionales. Sin embargo, también expresan preocupación por la prostitución y droga, asociando estas dos con el segmento de mochileros (Zielinski y Botero, 2011). Vale recordar el resentimiento de la comunidad receptora frente al turista es una de los primeros indicadores de la insostenibilidad turís-

tica; genera malas experiencias para el turista y en definitiva disminuye el atractivo del destino, siendo un serio obstáculo para el desarrollo turístico (Andriotis y Vaughan, 2003; Gursoy y Rutherford, 2004). El resentimiento se volvería entonces causa de la percepción de la problemática de la ESCNNA y no su consecuencia.

Otro de los elementos relacionados con la percepción es lo que tiene que ver a la imagen del destino turístico y sostenible de Taganga. Los prestadores de servicios turísticos de Taganga son en gran parte conscientes que la ESCNNA la podría afectar. Este destino se quiere posicionar como un destino ecoturístico, vendiendo la imagen de un *pueblo típico de pescadores*. En resultado, el segmento deseado de este destino es un turista asimilable al perfil del turista responsable o del ecoturista. Este tipo de turista se considera de ser de bajo impacto, ya que tiende a valorar las características socio-culturales de un destino, aceptando de pagar precios más altos a cambio de la seguridad de ser actores de un turismo sostenible. Generación de una imagen del destino caracterizado por abuso sexual perjudicaría el atractivo del mismo (Aguilar-González, 2005; O'Briain, Grillo y Barbosa, 2008), impidiendo la posibilidad de acceder a los segmentos de turistas más sostenibles.

No obstante, a pesar del riesgo para la imagen del destino, algunos encuestados afirman que es mejor que esto se sepa, ya que así las autoridades competentes tomaran medidas en el asunto. Sin embargo, la falta de denunciar es una razón por la cual las leyes no se aplican. Según O'Briain et al. (2008), en muchos países afectados por esta problemática los residentes no confían en la policía, que aparece en su percepción como corrupta e inefectiva. Además, los individuos tienen miedo de venganza de los sindicatos del crimen organizado que controlan las víctimas.

Por otra parte si bien el problema debe de ser denunciado, la publicación en medios de información masiva tiene que hacerse de manera cautelosa. La identificación de lugares donde se puede encontrar a niños vulnerables puede llevar a abusadores y explotadores hacia ellos (ECPAT, 2008).

5.2. Actitudes

La encuesta demuestra que en su mayoría los prestadores de servicios turísticos de Taganga son de sexo femenino. Se estima que mujeres tienen una actitud menos permisiva frente a casos de explotación sexual que hombres. Pues en definitiva es marcada en los perfiles de cul-

pables de actos de ESCNNA a nivel internacional la predominancia del sexo masculino (Rao, 1999; Thomas y Mathews, 2006; Newman et al., 2011). De la misma manera la prácticas de pedofilia son en general mas delitos perpetrados por hombre (ECPAT, 2008). El hecho tendrá grande importancia en caso de presenciarse, de facilitar e incluso de perpetrar este tipo de acto delictivo.

Los encuestados en su mayoría asienten que no permitirían un caso de la ESCNNA dentro de su establecimiento. Los prestadores de servicios aseguran que en caso de conocer de un delito de este orden lo denunciarían (69%). Sin embargo, interesante resaltar que muchos lo realizarían de manera anónima (44%), para proteger así su identidad y la del establecimiento. Es también muy importante notar que un 25% declaran no denunciar, mientras que el 6% no sabría que hacer, lo que puede ser considerado como una respuesta negativa.

Según las autoridades de policía entrevistadas, las personas no denuncian los casos o supuestos casos de la ESCNNA que se presentan en Taganga; incluso que los Tagangueros defienden a los extranjeros y no permiten la labor de la justicia. Para poder judicializar a una persona que cometa un acto de la ESCNNA, debe ser encontrado *infraganti* ya que los supuestos no bastan y solo se puede retener a una persona de 2 a 3 horas en los calabozos de la policía, a menos que se instaure una demanda. La policía no puede hacer nada si la comunidad no denuncia los hechos.

Según la encuesta a los turistas realizada en 2010 por los autores, el 14,8% no denunciaría, mientras que un 28,9% no sabe. Las razones por las cuales la gente no lo hace son: para evitar la atención de policía (35,3%), falta de conocimiento donde se puede denunciar el delito (32,4%), falta de garantía que el caso se califica como ESCNNA (26,5%), falta de certeza si esto está prohibido en Colombia (17,6%), desinterés (17,4%), miedo de ofender a las personas (2,9%) (Zielinski y Jouen, 2010). Los resultados son similares a los de O'Briain et al. (2008), quienes identificaron que los residentes muchas veces no denuncian porque no confían en la policía, acusándola de ser corrupta e inefectiva. En términos generales, eso es una falla por parte del turista individual no-ofensor a no asumir su responsabilidad social.

Si bien se hace muy claro para la mayoría de los prestadores de servicios la necesidad de denunciar los hechos; el no hacerlo lo vuelve tan culpable como el mismo abusador. La ley prevé multa e prisión por mínimo 14 años al que de

información, promueve o incentiva el contacto con niños, niñas y adolescentes para explotación sexual (Leyes 1329 y 1336 de 2009). De la misma manera la Ley castiga con multa, cierre y extinción de dominio sobre el establecimiento al que ofrece y permite en su negocio la perpetuación de este grave crimen. Sin embargo, no denunciar no tiene ninguna repercusión legal, lo que promueve no tomar ninguna acción al respecto de un caso del supuesto delito.

Elementos recogidos durante la aplicación de las encuestas llevan a la conclusión que tanto la comunidad como policía culpan al otro por la no represión de los hechos. Eso demuestra un bajo nivel de confianza en las autoridades y falta de corresponsabilidad de los actores en el proceso. No obstante, solo la cooperación entre las empresas, las autoridades locales y turistas generará resultados deseados en la lucha contra la ESCNNA.

Miedo a poder ser víctima de actas de represalias, voluntad de proteger la imagen de su establecimiento, cultura local del no denunciar, falta de confianza en la fuerza de policía, estas son las razones más comunes por las cuales el denuncia de actos tan viles no se hace de manera automática. También cabe destacar la necesidad de buscar procesos que faciliten las denuncias para lograr un alto nivel de participación de los turistas contra la ESCNNA.

En cuanto a actitudes referentes a buenas prácticas de responsabilidad social en general, la mayoría de las empresas contrata mano de obra local. Este elemento es importante a resaltar ya que al ofrecer oportunidad de trabajo a la comunidad se disminuyen las posibilidades de que sus miembros tengan que buscar alternativas degradantes para su sobrevivencia. La generación de empleo de buena calidad y de oportunidades de desarrollo personal económico y social siendo sin duda la mejor manera de prevenir esta problemática. Por otra parte, el 30% de los empresarios reporta no hacer nada al respecto, lo que demuestra su baja responsabilidad social con la comunidad y el destino.

5.3. Prevención

En primer lugar es interesante resaltar que por un poco más de la mitad de los prestadores de servicios encuestados (53%) la motivación para la prevención de la ESCNNA es de orden moral o relacionado con el sentido de pertenencia a la comunidad (respectivamente 29% y un 24%). Sin embargo un 27% declara hacer lo por temor a sanciones legales y 20 % declara no hacer nada. Estos resultados marcan las pautas

de la verdadera realidad del compromiso hacia la prevención. Pues, eso indica que en caso de que la aplicación de la norma no sea controlada, uno de dos prestadores turísticos no haría nada al respecto. Esto pone énfasis a corto plazo sobre la necesidad importante de control de la norma y de aplicación de las sanciones a los prestadores de servicio que no la cumplen. Además, a largo plazo se debe enfocar en construcción de sentido de pertenencia y la responsabilidad social de las empresas, que se basa en comportamiento consciente y ético hacia contribución al desarrollo económico y mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.

Los encuestados afirman conocer las normas de prevención de la ESCNNA. Sin embargo se observa una contradicción, ya que los empresarios manifiestan conocer las leyes, pero no exhibirlas en su establecimiento como método de prevención, a pesar de la obligación por ley de hacerlo. Cabe destacar que la infracción de esta regla conlleva a graves sanciones legales. Por otra parte, los prestadores de servicios turísticos que tienen algún tipo de código ético y, tal vez más importantemente, lo implementan en las operaciones día a día de la empresa, además de cumplir con la Ley, son más propensos a tener una mayor conciencia de la conducta aceptable y un enfoque coherente de ética en todos aspectos de su negocio (Fennell y Malloy, 1999).

Según los resultados de la reciente investigación de Frey y George (2010), en los mercados emergentes la relación estadística directa entre las actitudes de los empresarios turísticos y su comportamiento no necesariamente aplica. Eso en gran parte se relaciona con la falta de recursos. En resultado, a pesar de una actitud positiva hacia la responsabilidad social, las empresas no invierten tiempo y dinero en cambio de sus prácticas.

La actividad turística en Taganga presenta un alto nivel de informalidad (más del 50% de los prestadores no están registrados en la cámara de comercio). A pesar de que no todos los establecimientos tienen que tener el Registro Nacional de Turismo, en caso del 95% de las empresas encuestadas se pudo observar la falta del aviso de prevención, lo que conduce a las siguientes conclusiones:

No se cumplen las normas legales, ya que por ley se debe tener avisos para prevención de este tipo de delito, el prestador de servicio turístico firma una carta de compromiso en el momento de pedir su Registro Nacional de Turismo.

No existe ningún control legal que podría verificar la aplicación de esta norma.

No hay compromiso real por parte de los prestadores de servicio turístico, si bien todos muestran una gran actitud de rechazo, en la realidad las acciones son mínimas. Si bien los empresarios argumentan que es porque no se les ha entregado material apropiado, aunque en realidad esto resalta una falta general de compromiso.

Es de recordar que en Colombia la industria del Turismo tiene una importante responsabilidad en la lucha contra este flagelo y por ello, la legislación que regula el sector fue fortalecida en el año 2009 con las leyes 1329 y 1336 de 2009 reglamentada por la Resolución 3840 del 24 de diciembre de 2009 del MCIT. En consecuencia todos los prestadores de servicios deben cumplir al menos con las siguientes obligaciones:

- Establecer una política ética que explícitamente rechace la explotación sexual, la pornografía y el turismo asociado a prácticas sexuales con personas menores de edad y difundirla entre todo el personal y colaboradores de la empresa.
- Capacitar al personal temporal y de planta para que adquiera herramientas para proteger a niños, niñas y adolescentes de toda forma de explotación y violencia sexual originada por turistas nacionales o extranjeros.
- Introducir una cláusula en los contratos de empleados y proveedores, en la que se prohíba promover, facilitar o permitir la explotación sexual. Esto evita que se proporcione información, se incentive el contacto, se admitan actividades de ESCNNA en lugares y trasportes turísticos, entre otros.
- Abstenerse de ofrecer, expresa o implícitamente, planes turísticos que involucren la explotación sexual de personas menores de edad o de facilitar vehículos en rutas turísticas con fines de explotación sexual de niños, niñas, adolescentes.
- Proporcionar información a las autoridades de la ciudad y denunciar ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y a la Policía Judicial los delitos relacionados con la ESCNNA.
- Informar a turistas y viajeros las consecuencias legales en Colombia de la ESCNNA.
- Fijar en lugar visible para los empleados del establecimiento o establecimientos de comercio el Código de Conducta y los demás compromisos y medidas que el prestador desee asumir con el fin de proteger a los niños, niñas y adolescentes.

6. Conclusión

Siendo una excelente oportunidad para desarrollar económicamente y socialmente los países, el turismo puede tener un impacto positivo sobre el lugar donde se desarrollará. Sin embargo, sin control, el turismo puede conducir a problemas muy graves, como la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes. Al ser uno de los principales agentes involucrados en la actividad turística, los prestadores de servicios turísticos tienen un compromiso muy claro con este problema. Estas empresas están en una única posición para proteger los jóvenes enfrentados por la amenaza de ocurrencia de la ESCNNA. Las experiencias mundiales demuestran que se puede hacer muy poco para prevenir este crimen, para proteger las víctimas y castigar los abusadores, sin un trabajo compartido de todos los actores involucrados en la actividad turística y la comunidad.

En el caso del Corregimiento de Taganga, los prestadores de servicios turísticos no cumplen con esta obligación moral y legal; su conocimiento de las normas relacionadas es muy limitado y en realidad no está reflejado por acciones concretas. Adicionalmente, se observa baja responsabilidad social de una significativa proporción de los empresarios que declaran no denunciar en caso de que suceda. Las normas existen en Colombia para hacer frente a este problema y por lo tanto las autoridades locales tienen un papel importante en controlar su aplicación. Cuando los prestadores no cumplen con sus obligaciones, deben ser rigurosamente sancionados, como cómplices activos de la cadena de suministro de explotación sexual de niños, niñas y adolescentes.

Por otra parte, hay una necesidad de capacitar el sector turístico en cómo proceder en casos de la ESCNNA. Se necesita abordar temas relacionados con la manera correcta de informar a los turistas sobre la cuestión y los mecanismos de denunciar el delito. Las actividades de sensibilización deben ser enfocadas en personal de las empresas turísticas y la comunidad. Seminarios deben ser un hábito para las personas trabajando en la industria de turismo para facilitar la discusión, compartir mejores prácticas, crear redes de cooperación y un compromiso compartido en la lucha contra la ESCNNA. Finalmente, la responsabilidad social puede ser utilizada como un factor diferenciador y una estrategia de marketing. La responsabilidad moral y las prácticas éticas de la empresa es un buen indicador de sostenibilidad turística, ade-

más de ser unas características muy apreciadas por los turistas.

Agradecimientos

Es importante destacar que presente artículo fue elaborado a partir de los resultados del trabajo de investigación dirigido y presentado por los estudiantes del programa de Tecnología en Gestión Hotelera y Turística de la Universidad del Magdalena, Colombia: Diana Cecilia Teheran Arregoces, Humberto Nicolas Calabria Arrieta, Angelica Isabel Reales Borrego y Meliza Isabel Cortizo Benavides.

Bibliografía

- Aguilar-González, L. A.
2005 "La explotación sexual comercial infantil (ESCI) en el turismo: Análisis del turismo sexual internacional que afecta a la niñez". *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 3(1): 207-210.
- Aguilera, M. M., Bernal, C. y Quintero, P.
2006 *Turismo y desarrollo en el Caribe Colombiano. Documentos de trabajo sobre economía regional*, (79). Cartagena, Colombia: Centro de Estudios Económicos Regionales CEER & Banco de la República.
- Alcaldía Distrital de Santa Marta
2000 *Plan de ordenamiento territorial de Santa Marta 2000-2009*. Santa Marta, Colombia: Autor.
- Andriotis, K. y Vaughan, D. R.
2003 "Urban resident's attitudes towards tourism development: The case of Crete". *Journal of Travel Research*, 42(2): 172-185.
- Append y UNICEF
2006 *Actitud de la sociedad española ante la práctica de la explotación sexual comercial infantil en los viajes*. Madrid, España: Autores.
- Aziz, H.
1999 "Whose culture is it anyway". *Focus*, (31): 14-15.
- Butler, R. W.
1980 "The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for the Management of Resources". *Canadian Geographer*, (24): 5-12.
- Caruana, R., y Crane, A.
2011 "Getting away from it all". *Annals of Tourism Research*, En prensa.
- Counter Pedophilia Investigative Unit
2011 *Turismo Sexual Infantil*. Recuperado de <http://www.cpiu.es/turismo-sexual-infantil>

- ECPAT – End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes
- 2008 *Combatiendo al turismo sexual con niños y adolescentes*. Bangkok, Tailandia: ECPAT International.
- ECPAT – End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes
- 2009 *What experts think on combating child sex tourism: Findings of interviews with selected experts*. Amsterdam, Holanda: ECPAT International.
- Fennell, D. A., Malloy, D. C.
- 1999 “Measuring the ethical nature of tourism operators”. *Annals of Tourism Research*, 26(4): 928-943.
- Frey, N., y George, R.
- 2010 “Responsible tourism management: The missing link between business owners’ attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry”. *Tourism Management*, 31(5): 621-628.
- Gursoy, D., y Rutherford, D. G.
- 2004 “Host attitudes toward tourism: An improved structural model”. *Annals of Tourism Research*, (31): 495-516.
- ICBF, UNICEF, OIT, IPEC y Fundación Renacer
- 2006 *Plan de Acción Nacional para la Prevención y Erradicación de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes menores de 18 años (ESCNA) 2006-2011*. Bogotá, Colombia: Autores.
- Klain, E. J.
- 1999 *Prostitution of children and child-sex tourism: An analysis of domestic and international responses*. Alexandria, EE.UU: National Center for Missing & Exploited Children.
- MCIT – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- 2011 *Turismo Responsable*. Recuperado de https://servicios.vuce.gov.co/portal/mcit/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=37&Itemid=76
- Mejía Martínez, L. A., y Viloría Fernández, E. M.
- 2006 *Diagnóstico del estado actual de las organizaciones de economía solidaria en el Corregimiento de Taganga, Santa Marta D.T.C.H.* (tesis no publicada). Santa Marta, Colombia: Universidad del Magdalena.
- Newman, W. J., Holt, B. W., Rabun, J. S., Phillips, G., y Scott, C. L.
- 2011 “Child sex tourism: Extending the borders of sexual offender legislation”. *International Journal of Law and Psychiatry*, 34(2): 116-121.
- O’Brian, M., Grillo, M., y Barbosa, H.
- 2008 “Sexual exploitation of children and adolescents in tourism: A contribution of ECPAT International”. In *World Congress III against Sexual Exploitation of Children and Adolescents, Rio de Janeiro, Brazil 25-28 November 2008*. Bangkok, Tailandia: ECPAT International.
- Observatorio Europeo de las Drogas y las Toxicomanías (OEDT)
- 2010 *El problema de la drogodependencia en Europa*. Luxemburgo: Oficina de publicaciones de la Unión Europea.
- OIT – Organización Internacional del Trabajo / IPEC – Programa Internacional de Erradicación de Trabajo infantil
- 2007 *Prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes: Guía para prestadores de servicios de turismo*. Santiago, Chile: Oficina Internacional del Trabajo.
- OMT – Organización Mundial del Turismo
- 2008 *Protection of children in tourism*. Accesible desde http://www.unwto.org/protect_children/campaign/en/campaign.php?op=1&subop=1
- OMT – Organización Mundial del Turismo
- 2009 *Barómetro del Turismo Internacional*. Madrid, España: Autor.
- Proexport.
- 2008, 2009, 2010, 2011 *Boletín Estadístico Industria de los Viajes y del Turismo*. Accesible desde <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/newsdetail.asp?id=7259&idcompany=1>
- Rao, N.
- 1999 “Sex tourism in South Asia”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(2/3): 96-99.
- Reichel – Dolmatoff, G.
- 1954 Datos históricos culturales sobre las tribus de la antigua gobernación de Santa Marta. Bogotá, Colombia: Banco de la República.
- Silva, F. (Ed.)
- 2007 *Pensando la región: Etnografías propias para la construcción de un discurso regional*. Santa Marta, Colombia: Universidad del Magdalena.
- Speed, C.
- 2007 “Are backpackers ethical tourists?” In K. Hannam y I. Ateljevic (Eds.), *Backpacker Tourism: Concepts and Profiles (Tourism and cultural change)*. Clevedon: Channel View.
- Thomas, F., y Mathews, L.
- 2006 *Who are the child sex tourists in Cambodia?* Melbourne, Australia: Child Wise.
- Uriely, N., y Belhassen, Y.
- 2005 “Drugs and Tourists’ Experiences”. *Journal of Travel Research*, 43(3): 238-246.

Urry, J.

1990 *The tourist Gaze*. Londres, Reino Unido: Sage.

Wilson, J. y Richards, G.

2008 "Suspending Reality: An Exploration of Enclaves and the Backpacker Experience". *Current Issues in Tourism*, 11(2): 187-202.

Zielinski, S.

2011 *Sustainable Tourism Development Strategy (STDS): An integrated approach to sustainable destination management in the Township of Taganga, Colombia*. Saarbrücken, Alemania: Lambert Academic Publishing.

Zielinski, S., y Botero, C. M.

2011 "Percepción de la comunidad como indicador del ciclo de vida de un destino: hacia el desarrollo de un sistema de alerta temprana para pequeños destinos". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(6): En prensa.

Zielinski, S., y Jouen, F.

2010 *Percepción de los turistas frente a la problemática de la ESCNNA en Taganga*. Papel de trabajo no publicado.

Notas

- ¹ La legislación que regula el sector en Colombia fue fortalecida en el año 2009 con las leyes 1329 y 1336 de 2009 reglamentada por la Resolución 3840 del 24 de diciembre de 2009

Recibido: 10/08/2011
Reenviado: 27/10/2012
Aceptado: 30/10/2012
Sometido a evaluación por pares anónimos