Impacto del turismo sexual en la imagen turística de Cali

Proyecto de Grado

Emmanuel Ceballos Restrepo - 202177343
Mateo Andrés Jiménez - 202179185

Universidad del Valle
Facultad de Ciencias de la Administración
Programa Académico de Administración Turística
Cali, Valle
2025

Impacto del turismo sexual en la imagen turística de Cali

Proyecto de Grado

Emmanuel Ceballos Restrepo - 202177343
Mateo Andrés Jiménez - 202179185

Director de Tesis

Dr. Alexis Rojas Ospina

Universidad del Valle
Facultad de Ciencias de la Administración
Programa Académico de Administración Turística
Cali, Valle
2025

Agradecimientos

A nuestras familias, por ser el pilar fundamental en este proceso. A nuestros padres, por su paciencia, apoyo y confianza; a nuestras madres y hermanos, por alentarnos en los momentos difíciles y celebrar los logros alcanzados. Sin su respaldo afectivo y material no habría sido posible culminar este trabajo.

A nuestros amigos, por comprender las ausencias, ofrecer ánimo y aportar con su compañía en jornadas largas de trabajo e incertidumbre. Su cariño, apoyo y comprensión fueron fundamentales para mantener la motivación hasta el final.

A nuestro director de trabajo de grado Dr. Alexis Rojas Ospina, por su orientación, acompañamiento constante, rigor, comprensión y generosidad intelectual. Sus observaciones críticas, su disposición para el diálogo y su acompañamiento metodológico enriquecieron sustantivamente el desarrollo de nuestra investigación. Agradecemos igualmente a los docentes del programa por las enseñanzas que han marcado nuestro camino académico.

Nuestro reconocimiento a las personas que participaron en la investigación como los entrevistados y actores locales que confiaron en nosotros para compartir sus experiencias. Sus testimonios fueron el corazón de este trabajo y sin su voz no hubiera habido resultados y discusión.

A nuestros compañeros de clase, en especial a quienes colaboraron en la recolección y sistematización de datos, gracias por el esfuerzo compartido, las entrevistas realizadas y la solidaridad profesional.

Finalmente, agradecemos a todas las personas e instituciones que, de una u otra forma, contribuyeron al buen desarrollo de este proyecto. Este trabajo es fruto de un esfuerzo colectivo que nos enorgullece presentar.

Emmanuel Ceballos Restrepo
Mateo Andres Jimenez Muriel

Tabla de contenido

Agradecimientos 3
Índice de figuras 5
Resumen 6
Introducción 8
Justificación 10
1. Problema de Investigación 11
1.2 Formulación del Problema 12
2. Objetivo General 12
2.1 Objetivos Específicos 12
3. Marco Referencial 13
3.1 Marco Teórico 18
3.1.2 Turismo Sexual 18
3.1.3 Imagen Turística 19
3.2 Marco Conceptual 21
3.3 Marco Contextual 26
3.4 Marco Jurídico Legal 29
4. Metodología 30
4.1 Enfoque de la Investigación 30
4.2 Diseño de la Investigación 30
4.3 Población y Muestra 31
4.4 Técnica de Recolección de Datos 32
4.5 Técnicas de Análisis de Datos 34
5. Resultados y Discusiones 37
5.1 Objetivo Específico 1 37
5.2 Objetivo Específico 2 53
5.2.1 Modelo Teórico de Objetivo Específico 2 54
5.2.2 Variables Modelo Teórico 55
5.2.2.1 Variables de Turismo Sexual en el Modelo Teórico 55
5.2.2.2 Variables de Imagen Turística en el Modelo Teórico 62
5.3 Diagrama Sankey Turismo Sexual 68
5.4 Diagrama Sankey Imagen Turística 70
5.5 Objetivo Específico 3 72
5.5.1 Resultados y Discusiones del Turismo Sexual en el Modelo Empírico 73
5.5.2 Resultados y Discusiones de Imagen Turística en el Modelo Empírico 100
6. Recomendaciones 115
7. Conclusiones 117
8. Bibliografía 119
9. Anexos 125

Índice de figuras

Figura 1. Municipio de Santiago de Cali..... 28
Figura 2. Clúster turismo sexual..... 38
Figura 3. Clúster Imagen Turística..... 43
Figura 4. Clúster Imagen Turística..... 46
Figura 5. Variables y Autores Claves..... 54
Figura 6. Diagrama Sankey Turismo sexual..... 69
Figura 7. Diagrama Sankey Imagen Turística..... 70
Figura 8. Modelo Teorico Empirico..... 71

Resumen

Este trabajo analiza cómo el turismo sexual incide en la imagen turística de la ciudad de Santiago de Cali. Partiendo de un enfoque cualitativo e interpretativo, el estudio combina revisión documental y entrevistas semiestructuradas a turistas, residentes y trabajadores del sector turístico, con el propósito de identificar las dinámicas sociales, económicas y simbólicas que articulan la relación entre turismo sexual e imagen del destino.

Los hallazgos muestran que el turismo sexual opera a través de un entramado de factores estructurales y circunstanciales. La variable pobreza, y en particular la subcategoría migración, emerge como un pilar central, la precariedad económica y la irregularidad documental sitúan a segmentos poblacionales en condiciones de alta vulnerabilidad y los incorporan a redes de oferta sexual. La dinámica de poder se expresa en clandestinidad, ausencia de regulación y formas de complicidad institucional y privada que permiten la reproducción del fenómeno. Así mismo, La erotización impulsada por medios y plataformas digitales contribuye a la construcción de imaginarios que sexualizan cuerpos y lugares, mientras que el proceso de discriminación agrava la exposición de grupos específicos y afectan la reputación del destino turístico.

En términos de imagen turística, estás dinámicas inciden en niveles diferenciados; La percepción inmediata de turistas y residentes, la reputación acumulada difundida por medios y redes, y la construcción simbólica de la identidad del lugar. La investigación concluye que mitigar el impacto negativo exige políticas públicas integradas, formación y corresponsabilidad por parte del sector turístico, y estrategias comunicativas centradas en la promoción de atributos culturales y en protección de la dignidad humana.

Palabras clave: Turismo sexual, Imagen turística, poder, pobreza, erotización, percepción, reputación, discriminación.

Abstract

This paper analyzes how sex tourism affects the tourist image of the city of Santiago de Cali. Based on a qualitative and interpretive approach, the study combines documentary review and semi-structured interviews with tourists, residents, and workers in the tourism sector, with the aim of identifying the social, economic, and symbolic dynamics that articulate the relationship between sex tourism and the image of the destination.

The findings show that sex tourism operates through a network of structural and circumstantial factors. The variable of poverty, and in particular the subcategory of migration, emerges as a central pillar, with economic precariousness and irregular documentation placing segments of the population in highly vulnerable conditions and incorporating them into sexual service networks. The power dynamic is expressed in clandestinity, lack of regulation, and forms of institutional and private complicity that allow the phenomenon to reproduce itself. Likewise, the eroticization promoted by digital media and platforms contributes to the construction of imaginaries that sexualize bodies and places, while the process of discrimination exacerbates the exposure of specific groups and affects the reputation of the tourist destination.

In terms of tourist image, these dynamics have an impact at different levels: the immediate perception of tourists and residents, the accumulated reputation spread by the media and networks, and the symbolic construction of the identity of the place. The research concludes that mitigating the negative impact requires integrated public policies, training and co-responsibility on the part of the tourism sector, and communication strategies focused on promoting cultural attributes and protecting human dignity.

Keywords: Sex tourism, Tourist image, power, poverty, eroticization, perception, reputation, discrimination.

Introducción

El turismo ha evolucionado como parte de una actividad económica muy fuerte y con rápido crecimiento a nivel global, también ha desempeñado un papel importante en el desarrollo económico, social y cultural. No obstante, no todos los tipos de turismo han tenido una influencia positiva, como tampoco generan una imagen positiva en algunos destinos. Uno de estos tipos de turismo que más ha sido debatido por parte de académicos, es el turismo sexual. Este tipo de turismo tiene como principal enfoque viajar con el propósito de tener prácticas en actividades sexuales, muchas veces vinculado directa o indirectamente con la trata de personas y explotación sexual.

Por consiguiente, muchas investigaciones han identificado diferentes factores que van de la mano con el tema del turismo sexual; se mencionan factores como la pobreza, machismo, abandono estatal, abuso infantil, etc. Todas las características anteriormente mencionadas han creado una sinergia interminable que afecta y a su vez beneficia a los participantes de esta actividad. A pesar del beneficio económico, este fenómeno no sólo formula serias cuestiones éticas, culturales y sociales, sino que también puede tener afectaciones graves en la imagen turística de las ciudades que se ven asociadas a él.

Santiago de Cali, “La sucursal del Cielo”, es una ciudad muy rica culturalmente y poco a poco se ha ido convirtiendo en una de las ciudades insignias del turismo en Colombia, como también en un punto clave de desarrollo económico a través de la actividad turística. Sin embargo, en los últimos años se ha venido comentando sobre la inevitable preocupación respecto a cómo el turismo sexual podría estar afectando la imagen turística de la ciudad.

Esta investigación de carácter cualitativo tomará como iniciativa fuentes tanto secundarias como primarias para evidenciar la indagación que se hizo respecto a los temas del turismo sexual y la imagen turística, todo esto con el objetivo de respaldarnos con los estudios de otros autores para dar rienda a nuestra investigación centrada en la ciudad de Santiago de Cali. Tratamos de encontrar esa

sinergia entre los dos conceptos para poder encontrar resultados al título de este trabajo investigativo.

A lo largo del trabajo se espera encontrar detalles que aporten variados puntos de vista que sirvan para ir escalando en la búsqueda de resultados para poder debatir y tomar una posición respecto al daño del turismo sexual en la imagen turística de Cali y así poder informar a personas tanto internas como externas del turismo, sobre el impacto del turismo sexual.

Justificación

Esta investigación es importante para el sector turístico de Cali, ya que el turismo sexual tiene un impacto directo en la imagen turística y competitividad de la ciudad como destino turístico. Con el auge del turismo sexual en ciudades capitales o de gran importancia en el sector turístico como Medellín y Cartagena, es crucial para el sector investigar y analizar los factores que influyen en la perspectiva de los turistas, residentes, trabajadores del sector y autoridades locales; así mismo definir el tipo de impacto del turismo sexual en la imagen turística de la ciudad de Cali, ya que con la realización de la Cop16 en la ciudad, Cali generó un gran interés por parte de los miles de visitantes; por lo que es fundamental estar al tanto de este tipo de turismo y cómo pueden afectar la imagen positiva de la ciudad, y con esto encontrar posibles estrategias para mitigar o controlar su crecimiento para que no afecte de manera negativa la imagen turística de la ciudad.

Esta investigación se realiza dentro de los objetivos académicos de la Universidad del Valle, en formar profesionales aptos y competentes, con la capacidad de abordar problemáticas actuales y relevantes en el sector turístico. Además, este estudio es un espacio en donde se integran los conocimientos teórico prácticos enseñados, consolidando una cultura investigativa única, que fortalece el prestigio y la proyección de la universidad en el ámbito nacional e internacional.

Para mí Emmanuel Ceballos, este trabajo de investigación es de vital importancia para la culminación de mi proceso académico y parte del laboral, además de brindarme bases para poder enfrentarse al mercado laboral. Esta investigación es sumamente enriquecedora para mi formación académica y profesional, ya que me ha permitido desarrollar habilidades investigativas en mi área de profesión; Este estudio me permite aplicar los conocimientos teóricos y prácticos que he adquirido en mi proceso académico, además de poder aportar mi visión crítica sobre cómo este tipo de prácticas turísticas pueden influir en la perspectiva de un destino turístico. La elaboración de este trabajo de grado me brinda la oportunidad de

pensar y profundizar en estrategias de comunicación y gestión turística, fortaleciendo mis capacidades analíticas y metodológicas.

Para mí Mateo Jiménez, este trabajo investigativo tiene un gran peso respecto a mi vida personal, ya que todo mi pregrado no solo fue un esfuerzo por parte mía, sino también por parte de mis papás y hermana, entonces se lo debo a ellos. En el campo estudiantil y profesional, esto significa las recompensas y resultados de todos los trabajos académicos que he realizado por mi cuenta y con compañeros, a todas las enseñanzas por parte de los docentes y a mi dedicación por mejorar y superarme cada vez más.

1. Problema de Investigación

1.1 Planteamiento del Problema

Aunque Cali no está públicamente asociada al turismo sexual como en otras ciudades colombianas, siendo el caso de Medellín y Cartagena, existen indicios empíricos de qué prácticas sexuales vinculadas a la demanda turística operan en la ciudad y Afectan percepciones, reputación e identidad del destino. Estas dinámicas no son fenómenos aislados, se insertan en estructuras de poder, desigualdad y precariedad económica, que convierten la pobreza y la falta de oportunidades en un factor de vulnerabilidad que alimenta la oferta sexual y reproduce relaciones asimétricas entre visitantes y comunidades locales.

El problema radica en que la presencia del turismo sexual en la ciudad de Cali, aun cuando es de baja visibilidad o parcialmente clandestino, puede erosionar la imagen turística de la ciudad a través de 3 vías interrelacionadas, la erotización mediática y digital que sexualiza cuerpos y espacios; la discriminación y estigmatización de grupos por género, raza, edad y orientación sexual; y la institucionalización de la tolerancia mediante omisiones regulatorias, complicidades y circuitos informales. Este cúmulo de factores impacta no sólo en la percepción inmediata de los turistas y residentes, sino que también en la reputación acumulada e identidad del territorio.

Dado el vacío existente en estudios que integren de forma conjunta el turismo sexual y la imagen turística, es necesario analizar empíricamente cómo estas interacciones se producen en la ciudad de Cali y qué implicaciones tienen para la gestión del destino, la protección de derechos humanos y las estrategias de posicionamiento como destino turístico responsable.

1.2 Formulación del Problema

¿Cómo el turismo sexual impacta en la imagen turística de Santiago de Cali?

2. Objetivo General

Analizar el impacto del turismo sexual en la imagen turística de Cali.

2.1 Objetivos Específicos

- Realizar un análisis crítico de estudios previos y de literatura existente sobre el impacto del turismo sexual en la imagen turística.
- Desarrollar un modelo teórico basado en la anterior revisión de literatura que explique cómo determinar el impacto del turismo sexual en la imagen de un destino turístico.
- Validar empíricamente el modelo planteado en el contexto de la ciudad de Santiago de Cali.

3. Marco Referencial

El turismo es una actividad económica que ha crecido a través de los años y su aporte a los sectores económicos de las naciones es un factor innegable. Esta actividad económica, al tener un crecimiento tan acelerado, también suele generar demandas de actividades un poco cuestionables.

Quevedo Gómez y Krumeich (2020) mencionan e indagan en la incidencia y relación entre la marginalidad y turismo sexual; se resalta mucho en su investigación que el contagio de VIH es muy notable entre comunidades de personas que viven en situaciones deplorables y que a su vez sus historias de vida muestran cómo el machismo y la discriminación racial interactúan dando forma a un entorno donde el turismo sexual es una de las principales fuentes de ingresos.

La investigación dio como resultado las variables que se propusieron desde el título de la investigación: la interacción de diversas desigualdades sociales. Se observa el vínculo histórico entre las estructuras del turismo sexual y la marginalización de las comunidades locales que participan directa e indirectamente en la actividad turística, como también se resalta la necesidad de intervención por parte del gobierno para ayudar a mitigar el impacto del VIH que también hace parte activa del impacto negativo en las personas vulnerables.

Al considerarse las dinámicas similares en cuanto a la desigualdad social, económica y racial entre las ciudades de Cartagena y Cali que afectan de forma directa a las comunidades, en Cali también se pueden encontrar estos patrones que incitan a personas en situación económica desfavorable a participar del turismo sexual como estrategia de supervivencia, lo cual también incrementa su riesgo al contagio de VIH. Por último, es indispensable que desde el gobierno y organizaciones como mitigar este impacto negativo en la sociedad y la actividad turística.

Respecto al tema de la relación entre el turismo sexual y la imagen turística, en el estudio de Gallegos y López (2023) realizaron un estudio de carácter cualitativo en Veracruz-Boca del Río que explora la dinámica del turismo sexual y la forma en que las sexoservidoras se apropian del territorio. Emplearon una metodología basada en

la observación participante y no participante, complementada con entrevistas de profundidad, para comprender mejor las experiencias vividas. El estudio también se apoya en el concepto de trialéctica del espacio (espacio percibido, concebido y vivido). El estudio analiza cómo el servicio sexual se integra en el entorno urbano, transformando los espacios a través de prácticas cotidianas.

Este estudio dio como resultados que, aunque la imagen turística de la zona tenga como fuerte sus atractivos culturales, históricos y portuarios, existe una presencia del turismo sexual significativa. Se identificaron diferentes espacios en donde hay más presencia de este fenómeno, como plazas de mercado, bares, casas de citas y páginas virtuales donde se articulan este tipo de actividades. También llegaron a la conclusión de que las trabajadoras sexuales, por medio de sus prácticas y discursos, generan una imagen propia que modifica la percepción del destino; por lo tanto, los resultados muestran que es importante considerar tanto los aspectos visibles como los simbólicos en cuanto al sector de los servicios sexuales;

Los hallazgos que se obtuvieron ayudan a comprender la transformación que pueden sufrir las zonas turísticas a partir de las experiencias y apropiaciones locales. El estudio aporta una visión relevante a un factor crucial que es el papel que desempeñan algunos prestadores de servicios de transporte como los taxistas. Ya que el estudio analiza cómo se conecta y se percibe el fenómeno del turismo sexual desde la perspectiva de actores clave en los destinos turísticos, como lo son las sexoservidoras y los taxistas.

En estos casos los taxistas juegan un papel clave como gestores de conexión o contacto entre los turistas y las prestadoras de servicios sexuales o “sexoservidoras”, ya que estos tienen un amplio conocimiento del territorio y, por ende, del entorno urbano y turístico. En esta investigación consideran que la combinación del turismo, los taxistas y los servicios sexuales genera ingresos significativos para estos sectores. Este punto de la investigación muestra la importancia que tiene considerar actores que pueden no estar directamente relacionados o involucrados en el acto sexual, pero que sí juegan un papel importante en la dinámica del turismo sexual, como lo son los prestadores de

servicios de transporte, como los taxistas, en el punto de intermediarios entre los turistas y las prestadoras de servicio sexual.

El estudio de Dean (2022) analiza los silencios políticos y la formación de coaliciones o agrupaciones de defensa en cuanto al tema del turismo sexual en Europa del Este, centrándose específicamente en Letonia. El estudio aborda cómo la expansión de la Unión Europea y la aparición de aerolíneas de bajo coste impulsaron el crecimiento del turismo sexual en la región. La autora utiliza un Marco de Coalición de Defensa para explicar la formación de dos coaliciones o agrupaciones principales: una orientada a defender los derechos de las mujeres y otra a proteger intereses empresariales. El estudio abarca el análisis de las dinámicas de políticas públicas y el efecto del silencio gubernamental en la regulación de la prostitución y la trata de personas. La investigación es netamente cualitativa, con base en entrevistas, observación participante y análisis de contenidos.

Los resultados obtenidos por medio del estudio fueron que, a pesar del silencio político oficial, se formaron agrupaciones de defensa con objetivos y creencias contrapuestas. Por una parte, la coalición de defensa de las mujeres, que se concentró en combatir la victimización y mejorar la imagen de las mujeres en Letonia. Por la otra parte, la coalición empresarial, la cual prioriza la generación de ingresos y la promoción de una imagen “positiva” de Letonia, dejando de lado una regulación estricta para el turismo sexual. La autora identificó que las coaliciones se organizaron de manera efímera, dependiendo netamente de los recursos y la coordinación entre sus miembros. Además, los hallazgos muestran que las crisis económicas influyeron significativamente en la visibilidad y la formación de estas agrupaciones. En conclusión, los resultados evidencian la complejidad y la inestabilidad de los subsistemas políticos en torno al turismo sexual.

El estudio proporciona un enfoque en la formación de coaliciones y el análisis del silencio político, el cual ofrece una perspectiva nueva para comprender de manera más profunda cómo se crean opiniones y perspectivas diferentes sobre un destino turístico. Además, el cómo identificar dos grupos o coaliciones con creencias y objetivos opuestos permite comparar cómo diferentes actores influyen en la percepción e imagen de un destino. Este enfoque es sumamente útil al momento de

analizar la situación en Cali y, si existen estas coaliciones, igualmente investigar cómo influyen en la imagen turística de la ciudad; y es la herramienta más útil que se proporciona en este estudio es el Marco de Coalición de Defensa, el cual puede ayudar a comprender de mejor manera la interacción de políticas públicas.

Una variable que no se toma mucho en cuenta, lo cual también puede significar un impacto social alto es la afectación específicamente a hombres por parte del turismo sexual, Machumba *(*2024*)* opina en su investigación que muchos hombres por medio de entrevistas con enfoque cualitativo, dieron a conocer que principalmente practicaban en este tipo de actividades debido a la falta de dinero en trabajos convencionales y también por ayudar a sus familias, ya que muchos de ellos son padres cabeza de hogares.

La investigación también demuestra que muchos hombres que trabajan bajo el mando del turismo sexual se ven marginados y, debido a la censura y falta de reconocimiento como una profesión legal y moral, ven sus derechos laborales casi inexistentes, como tampoco hay ningún tipo de protección. Esta investigación también sugiere que lo más probable para esta comunidad es que esta actividad se regularice para que estas personas puedan recibir más derechos y apoyo por parte del gobierno y mejores condiciones laborales.

La dinámica con la ciudad de Cali podría ser similar a lo que sucede en Botsuana, ya que, en Cali, al igual que en Botsuana, hay una notable preferencia y sumisión ante las personas extranjeras que suelen pagar mucho más en “servicios” frente a personas locales, esto crea una dinámica de mercado similar.

Un factor que suele ser también importante a la hora de analizar las características del impacto del turismo sexual es el aspecto racial, y cómo este influye en la visión de las comunidades, turistas e instituciones gubernamentales incluidas. Williams (2014) menciona que en Salvador, Brasil, las dinámicas entre las comunidades y el turismo son muy segregativas y que las principales víctimas de esta segregación son las mujeres negras o afro brasileñas. El trabajo expone el problema histórico de la segregación y la relación con el turismo y el trabajo sexual.

Los principales resultados dentro del trabajo es el reclamo que hacen las trabajadoras sexuales negras frente a su menosprecio, el pedido de ayuda que

hacen respecto a su negación en cuanto a su valor como seres humanos y contar su experiencia dentro del contexto global de la economía turística y sexual.

Las características raciales y de clase son algo que no solo se vive en Salvador, sino que también puede que se haga presente en una ciudad como Cali. En Cali, también hay espacios que se pueden considerar “puntos calientes” para el turismo sexual, al igual que en Salvador, como también esa imagen “atractiva” y “caliente” puede generar una imagen hipersexualizada para los turistas.

Tholah y Wafa (2024) exponen la exhaustiva búsqueda de Tailandia por transformar su imagen turística, la cual ha sido históricamente vinculada al turismo sexual, a través de la gastro diplomacia, una herramienta para reposicionar su marca nacional e imagen turística, a través de programas relevantes a nivel nacional e internacional como “Global Thai” y “Kitchen of the World”. El estudio contempla una metodología netamente cualitativa, contemplando principalmente fuentes secundarias como la revisión bibliográfica. la investigación abarca la transición que ha tenido el país de Tailandia, de ser reconocido principalmente por su industria del sexo servicio, hacia una imagen más positiva enfocada en su riqueza cultural y potencial gastronómico.

Los resultados obtenidos en la investigación indican que la estrategia implementada se fundamenta en indicadores claros como la diplomacia culinaria a través de festivales internacionales y la promoción de eventos culturales, como el festival Songkran, que han contribuido a restituir una imagen más positiva del país. El análisis evidencia una correlación entre esas iniciativas y el aumento de la percepción positiva del destino, tanto en turistas como en locales, lo que se traduce en la llegada de nuevos tipos de turistas y con ello grandes beneficios económicos. En conclusión, los resultados evidencian la efectividad de promover la cultura y la gastronomía para mejorar o transformar la imagen turística.

Esta investigación aporta la experiencia de Tailandia en promover otro tipo de atractivos como los culturales y gastronómicos, para poder mitigar o reducir poco a poco la imagen turística tan fuerte que tienen referente al turismo sexual, además el estudio ofrece un marco de referencias idóneo para analizar la percepción del destino y cómo impacta en esta el turismo sexual, además de que aporta

alternativas para mejorar en tal caso, la imagen turística de Cali, o resaltar otros tipos de turismo como el gastronómico o el de naturaleza.

3.1 Marco Teórico

3.1.2 Turismo Sexual

El turismo sexual se concibe como el desplazamiento de personas con el objetivo principal o en algunos casos parte de su itinerario turístico, obtener o contratar servicios sexuales. Según Graburn (1983) "*el turismo sexual tiene como principales objetivos y motivaciones consumir relaciones sexuales*". Esto hace énfasis en la combinación de dos aspectos claves que es la dimensión erótica (el deseo y la atracción sexual) y el intercambio o transacción de dinero por servicios sexuales; En este mismo contexto Michel (2006) señala que no se trata solamente de gozar de un servicio sexual, sino más bien de "comprar el poder y dominio sobre el cuerpo de otra persona".

Por otra parte, gallegos y López (2023) resaltan que este fenómeno se puede reconocer en la medida en que las prestadoras de servicio sexuales o sexoservidoras identifican a ciertos turistas como clientes potenciales, lo que agrega el componente del "espacio vivido" como una herramienta de análisis del turismo sexual. A esto se le agrega lo que Mckercher y Bauer (2003) sugieren, que es necesario identificar entre "turismo sexual" que se entiende como el intercambio de servicios sexuales por una contraprestación económica, y "turismo y sexo", que sería un concepto mucho más amplio, en el cual se engloban todas las posibilidades de encuentros sexuales en el contexto turístico.

En otro tipo de contexto como el político, una corriente crítica encuentra el turismo sexual dentro de un marco económico político, en el cual se reconocen relaciones de dependencia y dominación entre países del Norte y del Sur; Según Salazar (2006) Mowforth y Munt (1998) el turismo en países en desarrollo se ejecuta como una especie de mecanismo de dominación, replicando desigualdades históricas. A lo que Gonsalves (1993) señala que "*el turismo moderno es una extensión del*

colonialismo"; Esto implica que las desigualdades históricas se reconfiguran en el momento y contexto del intercambio de bienes por servicios sexuales.

Desde una perspectiva y enfoque totalmente diferente como ritualista o simbólico, el turismo sexual puede entenderse como un proceso en el que el turista atraviesa una "*etapa liminal*" o según Turner (1990) "*diría que en esta etapa intermedia de un rito de paso "puede pasar cualquier cosa"*." Lo cual interpretamos como un momento en el que las normas sociales habituales de los turistas se suspenden y abren la puerta a nuevas posibilidades de comportamientos transgresores.

MacCannell (1999) aporta que el viajero o turista busca una experiencia auténtica que se construye en la representación del "otro" en la negociación simbólica de las diferencias culturales; Estos componentes ritualistas y simbólicos colaboran a la construcción de imágenes exóticas culturales y en algunos casos estigmatizadas del destino.

Una de las perspectivas más importantes es la perspectiva feminista y estudios raciales, los cuales revelan como el género, la raza y la clase configuran las relaciones de poder y dominio en el intercambio sexual. Williams (2014) señala que *"la sexualidad es pública, políticamente contestada, económicamente cargada y, más significativamente, racializada".* Este enfoque explica que, en el contexto del turismo sexual, no solo hay un intercambio de dinero por servicios sexuales, sino que estos encuentros se ven representados en relaciones de poder históricamente marcadas por desigualdades de género, raza y clase social.

3.1.3 Imagen Turística

Al hablar de imagen turística se puede pensar generalmente en la forma en que las personas ven un destino u otra experiencia turística, Esto trae consigo todos los pensamientos y emociones englobados que una persona puede tener respecto a un lugar o actividad específica que se haya generado por parte de autoridades públicas o privadas. Muchas veces la imagen turística puede llegar a ser percibida por aspectos físicos y tangibles como lo son las atracciones, puntos de referencia, infraestructura turística, etc.

Según en una investigación de Huy Quan y Baobao (2025) los trabajadores del sector turístico como también organizaciones gubernamentales pueden entender mejor la idea de cómo los turistas perciben la imagen de algunos destinos turísticos australianos (ya que ahí se hizo el estudio) basándose en las fotos que los turistas previamente publicaron en sus redes sociales y la dinámica de interacción que tuvieron con aquellas fotos. Para poder hacer la investigación usaron datos estadísticos que ellos mismos pudieron conseguir gracias a la ayuda de Google y Google geocoding API y recopilaron datos de ubicación de las fotos.

Con la investigación anterior, queda claro cómo muchos autores también han hecho estudios que enfatizan en la importancia de la imagen física de los lugares turísticos, que incluso recurren a procesos estadísticos para poder recopilar y ayudar a potencializar a las empresas públicas y privadas turísticas. Al hacer este tipo de estudios nos damos cuenta de que algo tan superficial como las fotos que un turista podría tomar en un lugar también afecta la perspectiva de lo que las demás personas ven de ese lugar y también el hecho de que las imágenes pueden hacer que esa persona desde ir a ese lugar a visitar o por el contrario desee sacarlo de su lista de próximos viajes.

Aquí ya nos podemos dar cuenta de que la imagen turística tiene cierta correlación mental con la parte cognitiva y afectiva que pueda despertar en los turistas y de hecho muchos autores ya han investigado está relación. Paredes y Vela (2024) explicaron mediante su investigación de neurociencia, en el que *“personas fueron sometidas a máquinas de realidad virtual y se les mostró destinos turísticos con patrimonio arquitectónico para mirar y analizar respuestas cerebrales”,* como se esperaba, hubiera respuestas positivas al momento que las personas observaron las imágenes y con esto se dio luz verde a que lo cognitivo y afectivo entre la imagen turística de los destinos puede ser algo canónico.

Tholhah y Wafa (2024) mencionan que *“durante el reinado de Ayutthaya, los hombres debían dejar a sus familias y pasar seis meses en el reino, según el lema de la corvée. Allí era donde la anfitriona o las prostitutas la servían”*. En los años 60 y 70 había muchos soldados ingleses que venían a Tailandia para “descansar” y justamente ahí era cuando la prostitución se prestaba para estas personas. Actualmente en Europa hay muchas campañas de marketing financiadas para el

turismo sexual en Tailandia, intensificando incluso más esta problemática que viene agobiando al país y manchando su imagen turística ante el mundo y es que a pesar de ser uno de los países más populares en turismo sexual, actualmente el gobierno está abogando por potencializar el turismo gastronómico en el territorio y cambiar esa imagen de prostitución que está latente ante el mundo.

3.2 Marco Conceptual

Según lo planteado por Salazar (2006) y Lagunas (2010), **el turismo sexual** se entiende como una modalidad específica de movilidad turística en la cual el acceso a servicios sexuales constituye una de las motivaciones principales o complementarias de la expectativa del viaje. Más allá de una práctica aislada, diversos autores coinciden en que el turismo sexual debe analizarse como fenómeno social complejo, atravesado por relaciones de poder, desigualdades económicas, construcciones culturales y representaciones simbólicas del territorio.

Desde una perspectiva mucho más crítica, Salazar (2006) plantea que el turismo sexual se desarrolla principalmente en contextos marcados por asimetrías históricas entre países emisores y receptores, dónde el intercambio económico se traduce en subordinaciones simbólicas y materiales. Según esto, el turismo sexual no sólo involucra a quienes demandan y ofertan servicios sexuales, sino que también se hace presente en dinámicas más amplias del sistema turístico, incluyendo intermediarios, actores institucionales y el propio territorio como escenario de consumo de este tipo de servicios. Lagunas (2010) complementa esta visión al señalar que el turismo sexual constituye una expresión contemporánea de relaciones de dominio entre norte y sur, en las que los cuerpos locales se convierten en parte central de la oferta turística, reforzando la presencia de desigualdad y explotación que trascienden el ámbito individual.

La categoría de **Poder** resulta como una de las principales para comprender el turismo sexual, ya que permite analizar las relaciones asimétricas que se configuran entre turistas, poblaciones locales y actores del sector turístico. Cheong y Miller (2000) explican que el turismo opera como un campo relacional donde distintos actores poseen capacidades desiguales para influir, decidir y beneficiarse de la actividad turística.

En el caso del turismo sexual, el poder se expresa principalmente a través del control económico, la capacidad de movilidad y la posición simbólica del turista frente a los cuerpos locales. Salazar (2006) señala que estas relaciones de poder no siempre se manifiestan de manera explícita, sino que suelen neutralizarse a través de prácticas cotidianas, discursos de normalización y omisiones institucionales. De

este modo, el turismo sexual reproduce jerarquías en las que quienes demandan servicios sexuales ocupan posiciones de ventaja frente a quienes las ofrecen, consolidando relaciones de dependencia económica y vulnerabilidad social.

La cultura, se entiende como una categoría dinámica y relacional, la cual desempeña un papel clave en la configuración del turismo sexual. Salazar (2006) define la cultura como un conjunto de representaciones, prácticas e interacciones que se construyen socialmente en el encuentro entre turistas y comunidades locales. Desde esta perspectiva, la cultura no es estática ni homogénea, sino que se transforma constantemente en función de las expectativas, deseos y relaciones de poder que atraviesan la experiencia turística.

El autor introduce el concepto de “invención cultural del turismo” para referirse a los procesos mediante los cuales las comunidades locales adaptan, resignifican o reinventan elementos culturales del destino con el fin de responder a las demandas del mercado turístico global en el contexto del turismo sexual, estas dinámicas pueden traducirse en la normalización de ciertas prácticas, discursos o imaginarios asociados al cuerpo, la sexualidad y el territorio.

Gallegos y López (2023), desde un enfoque geográfico, muestran cómo la cultura influye en la manera en que los actores locales se apropian y organizan el espacio turístico, especialmente en contextos donde el turismo sexual se hace presente en la vida urbana. A través de la trialéctica del espacio, los autores evidencian que las prácticas sexuales, las normas sociales y los estigmas locales se encargan de moldear las interacciones entre turistas y personas que ofertan servicios sexuales.

La identidad es configurada como una categoría estrechamente vinculada a la cultura y al poder, ya que remite a los procesos mediante los cuales los territorios y sus habitantes son representados, percibidos y definidos tanto desde dentro como desde fuera. Salazar (2006) señala que el turismo participa activamente en la construcción de identidades, al producir narrativas que simplifican, estereotipan o exotizan a las comunidades locales. Dentro del marco del turismo sexual, estas identidades suelen asociarse a atributos corporales, raciales o sexuales, que reducen la complejidad social del territorio a una imagen funcional al consumo turístico. Gallegos y López (2023) destacan que estas identidades no son impuestas de manera unilateral, sino que se negocian en el espacio vivido y percibido, donde los actores locales pueden reproducir, mantener o resignificar dichas representaciones identitarias.

La erotización del territorio y de los cuerpos constituye una dimensión fundamental del turismo sexual. Gallegos y López (2023) Señalan que ciertos destinos son construidos simbólicamente como espacios de deseo, donde la sexualidad se integra al imaginario turístico a través de prácticas, discursos y representaciones mediáticas. A partir del análisis de Planas (2024), sobre la industria cinematográfica en el caribe, se evidencia cómo la cultura local es representada de manera erotizada desde miradas del extranjero, reforzando estereotipos asociados al placer, la sensualidad y lo exótico. Estas representaciones no sólo influyen en la percepción de los turistas, sino que también impactan en la forma en que los propios territorios son concebidos y comercializados. En este sentido, la erotización opera como un mecanismo simbólico que contribuye a legitimar el consumo sexual del destino, afectando directamente su imagen turística.

La pobreza constituye una de las categorías más relevantes para el análisis del turismo sexual, al funcionar como base estructural de la subordinación económica. Salazar (2006) plantea que, en contextos marcados por desigualdades socioeconómicas, el turismo sexual se presenta como una estrategia de subsistencia para sectores de la población que enfrentan precariedad económica y laboral, y falta de oportunidades. Lagunas (2010) coincide con esta idea al señalar que el turismo sexual es una manifestación directa de las desigualdades globales, donde la necesidad económica condiciona la participación de los cuerpos locales en redes de servicios sexuales. Gallegos y López (2023) muestran que, especialmente en contextos urbanos, la pobreza no sólo facilita el surgimiento del turismo sexual, sino que también contribuye a su normalización, al ser percibido como una alternativa económica dentro de entornos hostiles y marginales.

La discriminación se hace presente en el turismo sexual como un mecanismo estructural que clasifica y jerarquiza los cuerpos e identidades de un territorio. Gallegos y López (2023) explican que estas dinámicas se expresan en función del género, la orientación sexual, la edad, el origen territorial y la condición migratoria.

Planas (2024) señala que estas formas de discriminación se sostienen a través de representaciones culturales que legitiman la desigualdad y naturaleza en la explotación, contribuyendo a la reproducción de estigmas asociados al destino turístico.

La imagen turística hace referencia al conjunto de percepciones, representaciones y significados que se construyen sobre un destino turístico. Suárez (2011) explica que esta imagen se forma a partir de experiencias directas, discursos mediáticos y narrativas institucionales. Kotler y Gertner (2002) sostienen que la imagen turística influye directamente en la competitividad y reputación de un territorio. Beerli y Martín (2004) afirman que la imagen no es estática, sino que se transforma de acuerdo con los relatos que comienzan a circular sobre el destino, lo que la convierte en un elemento sensible frente a fenómenos como el turismo sexual.

La percepción es un componente central de la imagen turística. Gutiérrez (2005) y Castellanos (2022) señalan que los imaginarios turísticos se construyen socialmente y pueden verse afectados por discursos negativos asociados a inseguridad o explotación. Gallarza et al. (2002) Explican que estas percepciones influyen tanto en turistas potenciales como en residentes.

Muñoz (2024) y Kempadoo (2004) sostienen que **los estereotipos** simplifican la identidad del destino, reduciéndolo a atributos sexuales o corporales. Inmujeres México (2018) señala que estos estereotipos refuerzan desigualdades de género y contribuyen a la sexualización de los territorios turísticos.

Soto de Anda y Cruz Jiménez (2017), Luna Alfaro y Conde Romano (2021) explican que **la identidad** turística se construye a partir de representaciones sociales que influyen en la reputación del destino. Ferreira y Dos santos (2011) y Sánchez (2022) destacan que estas representaciones pueden verse deterioradas cuando el territorio se asocia a prácticas ilícitas. Millan (2024), Porto (2023), Contreras (2021), Henao (2024) y Gonzáles (2021) coinciden en que la reputación turística es un activo frágil, altamente susceptible a narrativas negativas vinculadas al turismo sexual.

Finalmente, **el territorio** dentro de los estudios de turismo y de imagen turística, no puede entenderse únicamente como un espacio físico o geográfico, sino como una construcción social, simbólica y relacional en la que se inscriben prácticas, significados y representaciones. En este caso, el territorio es el escenario donde se materializan las dinámicas turísticas y, al mismo tiempo, un elemento central en la configuración de la imagen turística que se construye y circula sobre un destino.

Haesbaert (2011) plantea que el territorio se produce a partir de relaciones de poder, apropiación y uso, lo que implica que distintos actores, como turistas, comunidades locales, instituciones, empresas y grupos informales, participen en una resignificación constante. Desde esta perspectiva, el territorio turístico no es neutral, ya que se transforma según los intereses económicos, simbólicos y sociales que operen en él. En el contexto del turismo sexual, esta idea resulta especialmente relevante, ya que ciertas zonas de la ciudad pueden adquirir significados específicos asociados a prácticas clandestinas, informalidad o vulnerabilidad, afectando la manera en que el destino es percibido interna y externamente. Hiernaux (2002) complementa esta idea al señalar que el turismo redefine el territorio mediante

procesos de selección, jerarquización y especialización de espacios. Algunos lugares son promovidos, visibilizados y valorizados, mientras que otros quedan relegados o estigmatizados. En el caso de destinos urbanos como lo es la ciudad de Santiago de Cali, esta lógica puede generar una brecha territorial significativa, donde ciertos sectores se asocian a la cultura, la salsa o a la biodiversidad, y otros quedan vinculados, ya sea de manera explícita o implícita, a economías informales o prácticas sexuales mediadas por el turismo. Desde esta perspectiva, el territorio no sólo alberga el fenómeno del turismo sexual, sino que también lo organiza espacialmente.

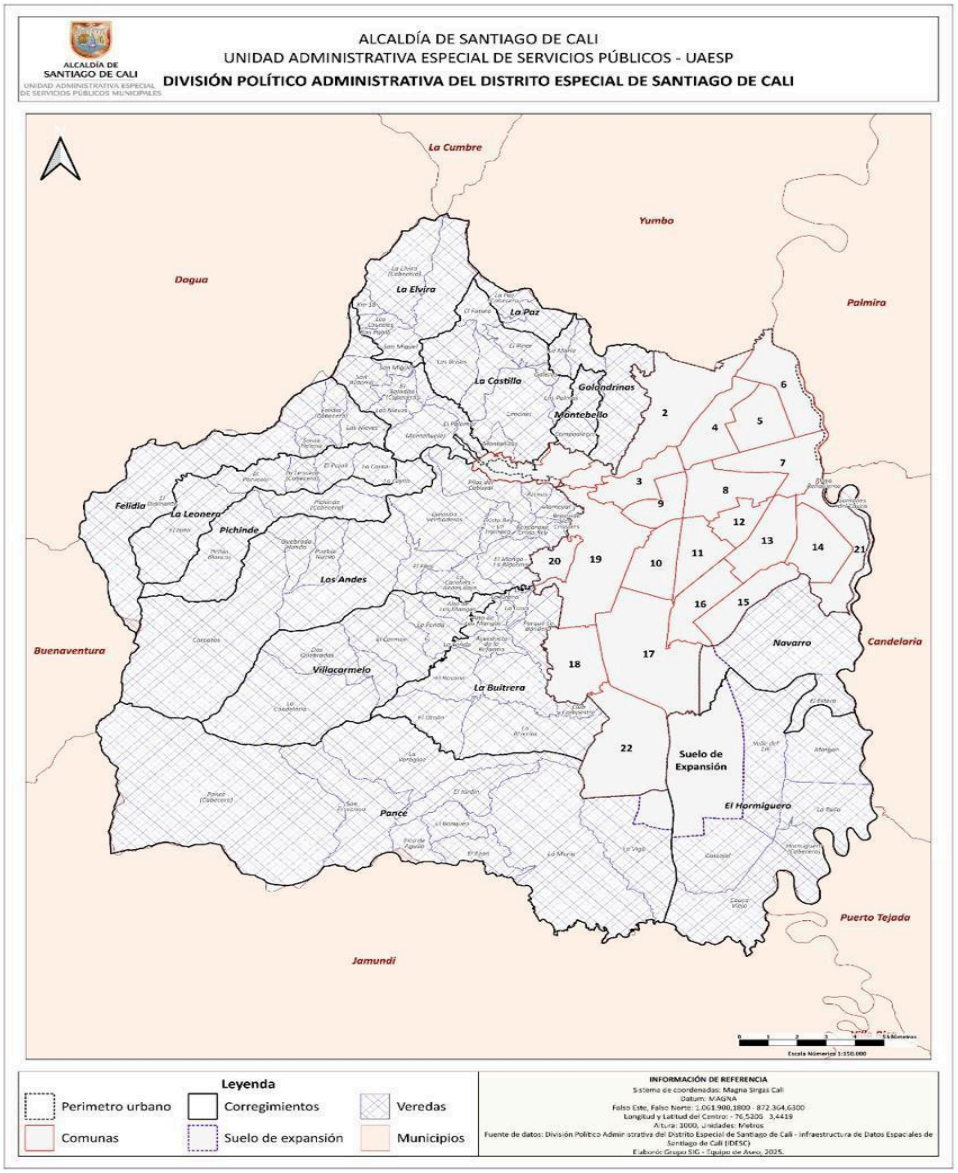
3.3 Marco Contextual.

La investigación se lleva a cabo en la Ciudad de Santiago de Cali, capital del Valle del Cauca, cuenta con aproximadamente 2.227.642 habitantes Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2022, p. 5), “Proyecciones 2022. Valle del Cauca y Cali. Fuente: DANE – CNPV 2018.” Es la tercera ciudad más poblada de Colombia, se encuentra a una altura de 1.018 metros sobre el nivel del mar, tiene una temperatura promedio de 27 grados centígrados, su economía es bastante diversificada, con bases en la industria, el comercio y los servicios, manteniendo la tradicional agroindustria de caña de azúcar. Es una ciudad rica en tradiciones y cultura; la salsa, la feria de Cali, etc. Cali ha tenido un aumento significativo en su flujo turístico durante los últimos años, se reportó que en el año 2024 llegaron 3.033.000 visitantes a la ciudad, superando los 2.957.702 del año 2023. Y durante el primer trimestre de 2025, Cali recibió un total de 45.238 visitantes internacionales, con una distribución mensual de 16.432 llegadas en enero, 14.422 en febrero y 14.384 en marzo. De estos más de tres millones de visitantes que llegaron a Cali, 298.310 fueron turistas internacionales, atraídos por festivales, museos y zonas llenas de naturaleza.

El turismo sexual un fenómeno a nivel mundial que ha sido una constante durante años, emerge en este escenario, ya que se ha podido evidenciar que muchos turistas viajan con motivaciones secundarias a conocer como lo es el ámbito sexual. A mediados del siglo XX con la expansión urbana e industrial que tuvo la ciudad de Cali, causo flujos migratorios internos significativos, que propiciaron la creación de zonas de tolerancia las cuales se les atribuía el concepto de un espacio físico en la ciudad en donde eran admitidas las practicas que se salían de la normatividad legal; el crecimiento del turismo sexual también se vio atribuido al boom salsero en los años setenta y ochenta, ya que en esta zona de tolerancia ubicada en el centro, abundaban bares de salsa, boleros y son cubano, lo cuales tenían un servicio complementario de grilles donde se practicaban actividades relacionadas con el sexo. Otro factor que influyó en el crecimiento y evolución del turismo sexual en Cali fueron las nuevas rutas de tráfico en los noventa, las cuales incidieron en la expansión ilícita de redes de turismo sexual.

En Colombia alrededor de un 5% de los turistas internacionales se ven involucrados en actividades turísticas sexuales, y aunque la corte constitucional colombiana ha permitido que la prostitución sea un trabajo licito siempre y cuando sea ejercido por voluntad propia, la ley 985 de 2005 busca prevenir la explotación y trata de personas. La imagen turística de la ciudad de Cali ha sido evaluada por medio de índices de competitividad y encuestas de percepción, los cuales han evidenciado debilidades en lo que es la seguridad y reputación de la misma, factores que pueden llegar a asociarse con el turismo sexual y su crecimiento en la ciudad, como ha sucedido en ciudades como Medellín y Cartagena.

Figura 1. Municipio de Santiago de Cali



Fuente: Alcaldía de Santiago de Cali, 2025.

3.4 Marco Jurídico Legal

Para la investigación, es fundamental establecer el conjunto de normas y principios jurídicos que regulan el turismo, la prostitución y los derechos de los menores de edad en Colombia, con el fin de comprender como se relacionan con la construcción y percepción de la imagen turística de la ciudad de Cali.

- Ley 2068 de 2020: Ley General del turismo en Colombia y por la cual se modifica la antigua Ley 300 de 1996.
- Ley 985 de 2005: Ley contra la trata de personas y generadora de normas para la atención y protección de las mismas.
- Ley 1098 de 2006: Ley por la cual se expide el Código de infancia y adolescencia.
- Ley 1878 de 2018: Ley la cual se modificaron algunos artículos de la Ley 1098 de 2006 la cual expide el código de infancia y adolescencia.

4. Metodología

4.1 Enfoque de la Investigación

Cualitativo descriptivo.

Debido a que el objetivo principal de la investigación es Analizar el impacto del turismo sexual en la imagen turística de Cali, se optó por adoptar un enfoque cualitativo, debido a que es el más apropiado ya que se busca conocer con precisión el nivel de asociación de la imagen turística de la ciudad con el turismo sexual, por lo cual se usan metodologías cualitativas, a partir de fuentes de información como entrevistas, exploración de interpretaciones y observación no participante.

4.2 Diseño de la Investigación

Dado el contexto de nuestra investigación, “El impacto del turismo sexual en la imagen turística de Cali” el diseño correlacional es el más adecuado para el procedimiento del trabajo, esto debido a que buscamos analizar la relación e influencia entre turismo sexual e imagen turística, todo eso aplicado en el contexto turístico de la ciudad de Santiago de Cali.

Este enfoque correlacional nos permitirá determinar cómo estos factores se puedan asociar significativamente para dar respuesta a nuestra investigación, como también nos pueda ayudar las mediciones, entrevistas semi estructuradas y estudios secundarios de la búsqueda. Además, se utilizará un enfoque del diseño explicativo en el análisis, esto debido a que se identificarán algunas relaciones causales y efectos entre las variables de turismo sexual e imagen de destino turístico.

4.3 Población y Muestra

Censo

1. Definición de población censada (Turistas nacionales e internacionales, Servidores del sector turístico, habitantes de Cali).
2. Acceso a la población (Zonas concurridas por prácticas sexuales, establecimientos y lugares turísticos, agencias de viajes).

Población objetivo

- Turistas nacionales e internacionales
- Habitantes de Cali
- Servidores del sector turístico

Variables

Percepción de la imagen turística de Cali, asociación entre turismo sexual e imagen turística, impacto del turismo sexual en la reputación de Cali

Instrumentos

Entrevistas semiestructuradas, preguntas abiertas y cerradas.

4.4 Técnica de Recolección de Datos

Objetivo Específico 1. (Análisis Crítico)

Se trabajó con revisión documental y análisis bibliométrico apoyado en bases académicas (Scopus) y herramientas como Vos viewer para identificar clústeres temáticos sobre turismo sexual e imagen turística, estos sustentado en que el primer objetivo se resolvió mediante Fuentes secundarias.

Ryan y Hall (2001) mediante este estudio establecieron que antes de que se haga cualquier análisis empírico debe existir una base teórica sólida construida por revisión sistemática de literatura.

Sostienen que la comprensión del turismo sexual requiere partir de un análisis profundo de la literatura académica existente, ya que este fenómeno está atravesado por dimensiones sociales, económicas, culturales, morales y políticas que solamente pueden identificarse adecuadamente mediante un ejercicio riguroso de investigación documental que permita identificar enfoques, debates, tensiones y vacíos investigativos previos.

Objetivo Específico 2. (Desarrollo de Modelo Teórico)

Para este objetivo se articularon teóricamente autores y variables, desarrollando un modelo basado en literatura científica sobre imagen turística y turismo sexual (dimensiones cognitivas, afectivas, simbólicas, reputacionales, territoriales, etc).

Echtner y Ritchie (2003) afirman que la construcción de modelos conceptuales sobre estudios de imagen turística requiere partir de una integración teórica de dimensiones cognitivas, afectivas y simbólicas, donde los investigadores debe articular la literatura existente para explicar cómo determinados fenómenos sociales influyen en la manera en que un destino es percibido y valorado, antes de proceder a contrastaciones empíricas.

Objetivo Específico 3. (Entrevistas Semiestructuradas, Validación Empírica)

- Entrevistas semiestructuradas a turistas, residentes y actores del sector turístico. Las entrevistas semiestructuradas son preguntas abiertas y

cerradas. Kvale y Brinkman (2009) señalan que las entrevistas semi estructuradas permiten explorar las percepciones, significados y experiencias, combinando preguntas guía con flexibilidad para profundizar en los discursos del entrevistado.

- Ronda de preguntas a servidores del sector turístico, turistas y locales con el fin de explorar y conocer sus experiencias y perspectivas de manera más profunda.

- El esquema de preguntas fue creado con base a la investigación previa y también al trabajo de Castañeda y Rochelle (2024). “Análisis de la percepción de los habitantes y prestadores de servicios turísticos sobre la incidencia del turismo en la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes en el área turística sostenible de La Candelaria, en Bogotá”. cuyo esquema fue adaptado al contexto de la investigación.

- Variables: Conocimiento acerca del turismo sexual, percepción del turismo sexual, valoración de la imagen turística de la ciudad (Cognitivo – Afectivo).
- Modalidad: entrevistas semi estructuradas y grabación de voz con transcripción con el consentimiento del entrevistado.
- Observación participante, registro de conducta y discurso en estas zonas clave para el turismo sexual.

Beerli y Martín (2004) sostienen que la validación de los modelos sobre la imagen turística debe realizarse mediante la recolección directa de percepciones de turistas, residentes y actores del territorio, ya que son sus experiencias, opiniones y discursos los que configuran la reputación real de destino, permitiendo contrastar si las relaciones planteadas teóricamente se manifiestan efectivamente en la práctica.

4.5 Técnicas de Análisis de Datos

1. Revisión Documental y Análisis Bibliográfico

La tesis utiliza revisión de literatura académica y documental como primera técnica recolección de información, necesaria para construir el marco teórico, reconocer antecedentes, identificar debates y encontrar variables clave sobre turismo sexual e imagen turística. Hart (1998) explica que la revisión de literatura construye el marco conceptual del estudio.

Esta técnica permitió fundamentar conceptualmente el estudio y comprender el fenómeno antes del trabajo empírico.

- Definición de conceptos principales
- Identificación de autores relevantes
- Estructuración del modelo teórico
- Conecta el caso de Cali con discusiones internacionales sobre turismo sexual e imagen del destino.

2. Revisión Bibliométrica con Vosviewer

Además de la revisión de literatura, la tesis utilizó una técnica bibliométrica, apoyada en Scopus, Researchgate y herramientas como Vosviewer.
Esta técnica permitió identificar tendencias de investigación, relaciones entre categorías de estudio, clústeres temáticos y evolución del conocimiento en turismo sexual imagen turística. Zupic y Čater (2015) explican cómo la bibliometría ayuda a mapear Campos científicos.

- Mapeo científico del tema
- Identificación de temas dominantes
- Sustento metodológico sólido al modelo teórico
- Evidencia objetiva de relevancia académica del fenómeno

3. Entrevistas Semiestructuradas

La tesis emplea entrevistas semi estructuradas como técnica cualitativa de recolección de datos. Kvale y Brinkmann (2009) hablan de la importancia de las citas semiestructuradas, del cómo se aplican y el por qué permite explorar percepciones más profundas en campos cualitativos. Se aplicaron a:

- Turistas
- Residentes
- Actores del sector turístico

Estás entrevistas nos permitieron recoger percepciones, experiencias y discursos sociales sobre el turismo sexual y su influencia en la imagen de Cali.

4. Observación Participante y No Participante

La tesis también incluye observación participante y no participante como técnica clave. Esto significó presencia directa del investigador en zonas asociadas al turismo sexual y espacios turísticos de la ciudad, analizando comportamientos, dinámicas sociales y prácticas turísticas sin intervenir directamente. Spradley (1980) habla de la importancia de la observación participante en el trabajo de campo, es uno de los autores más importantes en cuanto a esta técnica de análisis.

- Permite comprender el fenómeno en campo
- Complementa lo dicho en entrevistas con evidencia directa
- Incluye análisis de territorio
- Favorece interpretación contextual

5. Análisis e Interpretación de la Información (Matriz Excel)

Por medio de la matriz estructurada en el excel, se pudo organizar, clasificar, interpretar y convertir en resultados analíticos las citas obtenidas por el traspaso de las entrevistas. En la matriz:

- Se identificó qué variables aparecieron con mayor fuerza
- Se analizaron patrones
- Se detectaron coincidencias
- Se obtuvieron conclusiones

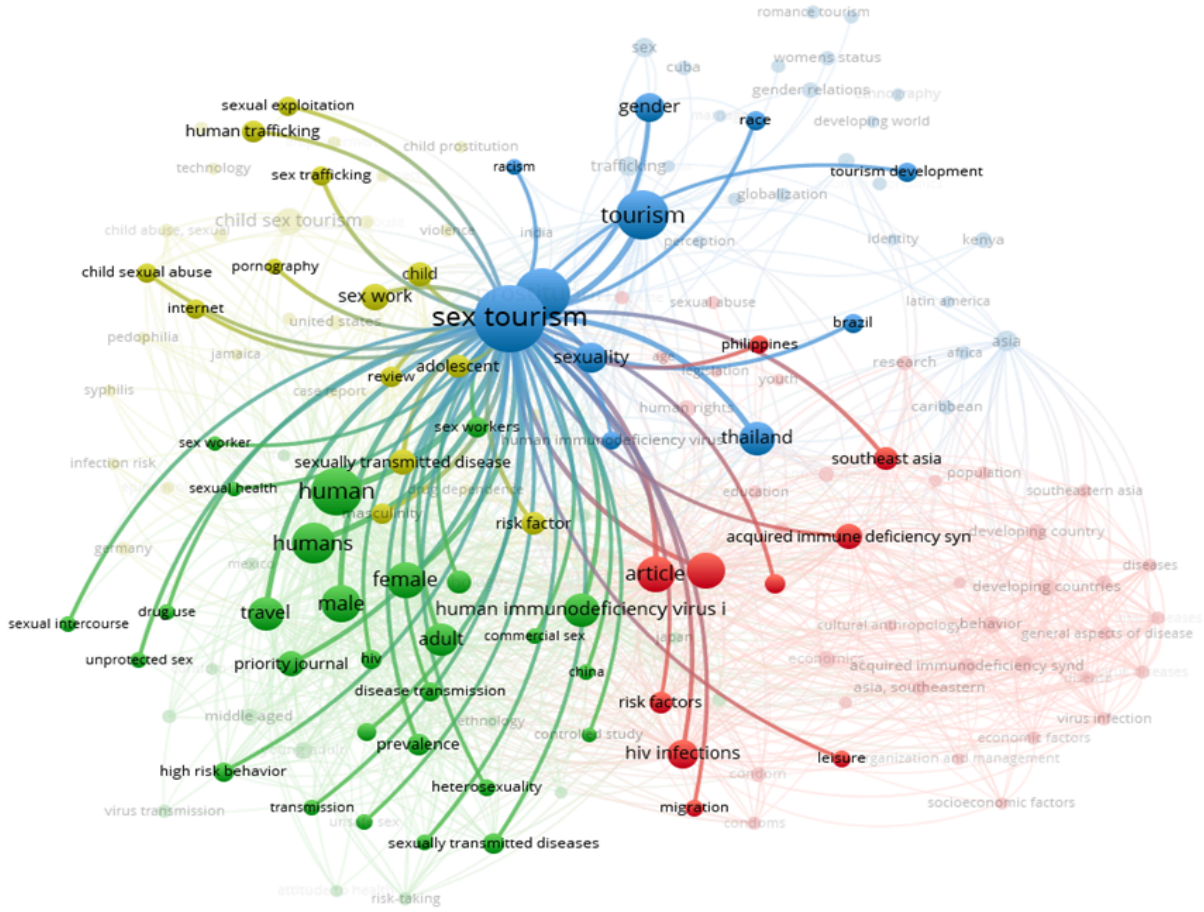
Esta matriz fue de suma importancia para dar rigor al análisis, justificar resultados con evidencia real, mostrar sistematicidad en el tratamiento de datos, facilitar interpretación académica, conectar las entrevistas con categorías y a su vez con modelo y finalmente conclusiones.

5. Resultados y Discusiones

5.1 Objetivo Específico 1

El turismo sexual se entiende comúnmente como una práctica únicamente asociada al ocio o al intercambio económico por servicios sexuales, pero debe entenderse más allá de esto, ya que el turismo sexual es un fenómeno complejo que abarca dimensiones sociales, culturales, económicas y éticas que en muchos casos evidencian dinámicas de movilidad global, poder y desigualdad. Este fenómeno va mucho más allá de solo encuentros íntimos entre turistas y residentes, el turismo sexual implica una correlación entre significados y representaciones sobre el cuerpo humano, el deseo, el territorio y la identidad. Por ende, el análisis bibliométrico que se realizó por medio de Vosviewer, permitió reconocer como la academia ha abordado este fenómeno desde diversos enfoques como la salud pública, el comportamiento humano, el género y la explotación, los cuales se agrupan en clusters que evidencian una diversidad de perspectivas y la interconexión entre temas y estudios sobre el turismo sexual.

Figura 2. Clúster turismo sexual



Fuente: Vosviewer, 2025.

La relación entre “sex tourism” y “tourism” evidencia cuán integrado está el turismo sexual en el marco general del turismo, ubicándolo no como una práctica aislada sino como una parte “peculiar” del sector turístico global. En los estudios previamente analizados, la conexión que se halla entre ambos términos revela como el turismo sexual se ha ido incorporando en la lógica del turismo contemporáneo, donde la percepción y el consumo de experiencias se amplía hacia dimensiones mucho más íntimas, corporales y simbólicas. El nodo tiene conexiones con otros términos como gender, globalization, tourism development y perception, lo cual muestra una lectura estructural de este fenómeno, en donde el turismo sexual se analiza en contextos de globalización como desarrollo económico y la construcción de la percepción y competencia de los destinos.

Esta relación muestra como el turismo sexual puede llegar a consolidarse como una parte implícita de la oferta turística de algunos destinos, especialmente aquellos que han construido y promovido su imagen e identidad turística con base en atributos culturales o sensoriales ligados al placer, el deseo, el baile o la hospitalidad. En el caso de la ciudad de Cali, esta relación adquiere un sentido particular, ya que amplía la perspectiva y comprensión de cómo la salsa, el ocio nocturno y el estereotipo de la belleza caleña, pueden promover la creación y popularización de narrativas que sexualizan la imagen urbana de la ciudad, transformando la sensualidad en un aspecto identitario del destino. Por esto, el turismo sexual no se debe concebir como una práctica marginal del turismo, sino como un factor relevante en la creación y configuración de la imagen turística de los destinos.

Por otra parte, la relación entre sex tourism y HIV infections revela como una de las líneas más consolidadas e investigadas dentro de la literatura académica, la relación entre el turismo sexual y la salud pública. En esta parte del clúster, los nodos se asocian a enfoques epidemiológicos que abordan el fenómeno del turismo sexual desde una perspectiva de riesgo biológico, la transmisión de enfermedades sexuales a partir del comportamiento sexual de los turistas. Los términos recurrentes en este apartado como risk behavior, prevention and public health sugieren que, en esta parte del clúster, predominan los estudios centrados en la salubridad y control sanitarios más que las temáticas de contextos culturales o simbólicos. Esta predominancia del carácter médico influye de manera directa en

cómo se perciben turísticamente los destinos que son asociados al turismo sexual, ya que aquellos lugares en donde este fenómeno es visible y significativo llegan a ser estigmatizados como centros de riesgo y promiscuidad, lo que afecta directa y significativamente en la reputación y percepción turística de otros tipos de visitantes. Para el contexto de la ciudad de Cali, la relación entre estos dos nodos crea un punto de reflexión importante, sobre cómo el fenómeno del turismo sexual no solo puede afectar la imagen turística del destino, sino también poner en riesgo la salud pública de este, provocando pánico y amenazando con desplazar sus atributos naturales, culturales y recreativos por perspectivas negativas relacionadas a la inseguridad e informalidad.

Otra relación significativa que se encuentra en el clúster es entre los términos sex tourism y sex work, es una de las más polémicas y densas del mapa de co-ocurrencias, ya que revela la dimensión de género y socioeconómica del turismo sexual. En la literatura revisada, la conexión entre estos términos, se teje entorno a otros términos como sexual exploitation, trafficking, gender inequality and human rights, reflejando un enfoque crítico en donde se toma al turismo sexual como una manifestación de poder y desigualdad estructural entre turistas y las comunidades locales.

En los estudios se muestra como la dinámica del sexo a nivel mundial, se mantiene a través de problemáticas económicas como la pobreza y la vulnerabilidad con las que conviven las sexoservidoras o trabajadoras sexuales, las cuales en muchas ocasiones son llevadas por la necesidad a operar en contextos informales o ilegales.

Esta parte del clúster permite comprender que el turismo sexual no solo abarca temáticas éticas o sociales, sino que también llega a participar en la creación o reconfiguración identitaria de un destino, siendo muy casual en territorios donde existen estereotipos sexuales femeninos y masculinos representados como símbolos de deseo sexual y parte del atractivo cultural.

En la ciudad de Cali, esta relación es muy importante, al momento de identificar como el estereotipo que abarca a la mujer caleña (mujer sensual, alegre, figura erótica, etc.) puede generar una imagen hipersexualizada de las mujeres, que limitan la apreciación de las riquezas culturales y naturales del territorio por parte de

los turistas, que, en casos extremos, puede llegar incluso a reducir la expectativa de la ciudad a un espacio de consumo erótico.

La relación entre Sex tourism y thailand es otra de las conexiones más importantes y relevantes no solo a nivel del mapa de co-ocurrencias sino mundial, ya que Tailandia es un referente internacional en los estudios sobre el turismo sexual y su impacto en la imagen turística. El caso de Tailandia ha sido tomado ampliamente como un ejemplo de cómo un destino turístico puede llegar a ser estigmatizado por la asociación entre turismo y prostitución, transformándose en un arquetipo mundial de “destino sexual”. Los estudios que se analizaron sobre este caso abordan los procesos históricos que llevaron a consolidar la imagen de Tailandia como destino turístico sexual y cómo el gobierno ha desarrollado estrategias para transformar su marca país, invirtiendo en enfoques gastronómicos y culturales, con el fin de cambiar su reputación y darle más visibilidad a otros aspectos más atractivos y positivos para la imagen del destino.

Esta relación es fundamental para el análisis del impacto del turismo sexual en la imagen turística de Cali, ya que evidencia cómo la imagen turística puede ser transformada profundamente por narrativas externas sexuales que pueden llegar a superar las políticas públicas locales. Así como Tailandia sigue luchando por reposicionar su marca turística, tras décadas de estigmatización, la ciudad de Cali no está exenta de enfrentar un desafío similar si la perspectiva internacional empieza a asociar a la ciudad con el turismo sexual.

El caso de Tailandia sirve como un espejo de advertencia sobre la necesidad de gestionar correcta y responsablemente la reputación turística mediante estrategias de promoción y comunicación no solo a nivel general sino también en zonas urbanas o con altos índices de pobreza en donde se hable con los residentes y se les explique cómo pueden generar ingresos a través de un turismo que priorice la identidad cultural y diversidad natural del territorio.

Finalmente, la relación entre Sex tourism y human, introduce un enfoque más hacia la antropología y la ética, centrado en la comprensión de experiencias humanas en el fenómeno del turismo sexual, en esta parte, los nodos tienen términos como male, female, adolescent, rights, trafficking, lo cual muestra que la investigación de

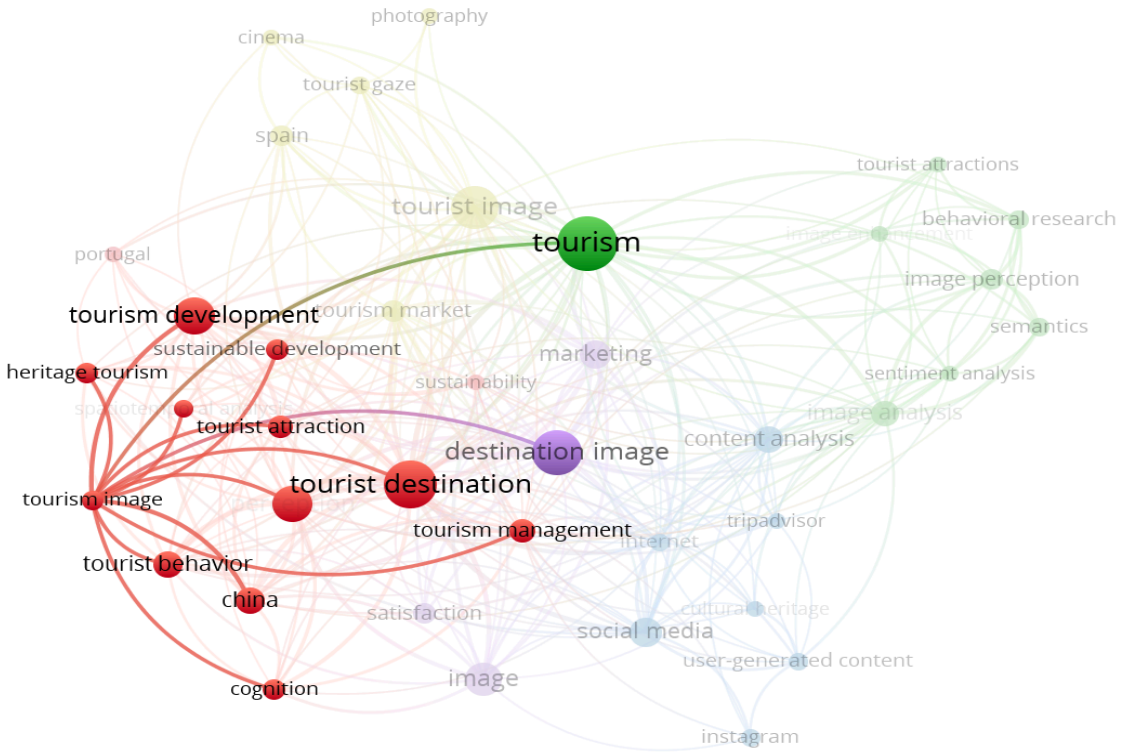
este fenómeno ha llegado hasta la comprensión de todos los actores involucrados posibles, sus motivaciones, vulnerabilidades y dinámicas sociales. Esta perspectiva se centra en un análisis más humano, en donde se entiende que tanto los turistas como las trabajadoras sexuales, son parte de una red compleja de intercambios no solo económicos sino también simbólicos y culturales.

Para la ciudad de Cali este enfoque permite comprender el fenómeno del turismo sexual no solo como un problema estructural, sino parte de una realidad social que involucra emociones, identidad y narrativa local. Tener este enfoque humano es indispensable para el diseño de políticas turísticas locales que sean sensibles en el contexto social de la ciudad, que reconozcan por igual, la dignidad de todos los involucrados, promoviendo una imagen turística con fundamentos en el respeto, la ética y la diversidad.

El mapa de co-ocurrencias muestra como el turismo sexual es abordado por diferentes disciplinas, como la salud, la economía, los derechos humanos y la ética, teniendo como coincidencia, que muchos de estos enfoques interdisciplinarios se centran en dimensiones de forma negativa como el riesgo, la explotación y la moralidad, dejando en un segundo plano, el impacto que este fenómeno tiene en la imagen turística e identidad del destino.

La imagen turística de un destino no es solo una construcción estética ni un reflejo neutro de sus atractivos físicos; es una representación latente simbólica moldeada por discursos, prácticas, percepciones y narrativas que circulan entre turistas, residentes, como también por los medios y actores institucionales. Con esto planteado, el análisis bibliométrico que hicimos mediante vosviewer nos ayudó a identificar términos y relaciones que pueden configurar un discurso académico sobre la imagen turística con relación al turismo sexual, agrupados en un clúster que articula diferentes variables.

Figura 3. Clúster Imagen Turística



Fuente: Vosviewer, 2025.

La relacion entre “tourist image” y tourism” evidencia cómo el tema de la imagen turística hace parte estructural dentro del ecosistema turístico, más allá de ser una visión periférica, En estudios académicos, la conexión se presenta como la constante, en donde la percepción del destino influye directamente en su posicionamiento, atractivo y sostenibilidad.

En cuanto al turismo sexual, esta práctica en sí puede alterar de forma significativa la imagen del destino a nivel global, generando implicaciones en éticas, sociales y económicas. En la ciudad de Cali, esta relación resulta como algo clave, nos permite comprender que el turismo sexual no se debe abordar como un simple fenómeno marginal, sino como una dinámica que incide en la configuración simbólica y funcional del sistema turístico local. De esa forma, el análisis de la imagen turística se transforma en una herramienta sobresaliente para diagnosticar y evaluar el impacto de reputación del turismo sexual y traer estrategias de gestión territorial más sostenibles.

En otro punto tenemos la relación del “tourist image” y “tourist destination”, esta revela que la imagen turística está profundamente ligada con las características de identidad del destino, tanto como la reputación, como los atractivos físicos y las narrativas culturales. En este contexto del turismo sexual, esta conexión adquiere una dimensión crítica: si a Cali se le asocia con actividad turística sexual, la imagen de la ciudad puede transformarse de una ciudad cultural, deportiva, familiar a un enclave de consumo de turismo sexual

Esta relación permite analizar cómo la marca territorial de destino de Cali cementada históricamente sobre la salsa, gastronomía y hospitalidad de los caleños puede verse afectada por narrativas externas (medios, redes sociales) como también (prácticas locales y discursos institucionales) que refuerzan estereotipos sexuales.

La relación entre “tourist image” y “tourism development” que se puede evidenciar en el clúster del mapa, nos muestra que la imagen turística puede ser un factor decisivo en las decisiones de inversión, planificación y sostenibilidad dentro del turismo. Un destino turístico con una imagen positiva atrae inversión, capital, alianzas de comercio y también aumenta la competitividad del destino; por otro lado,

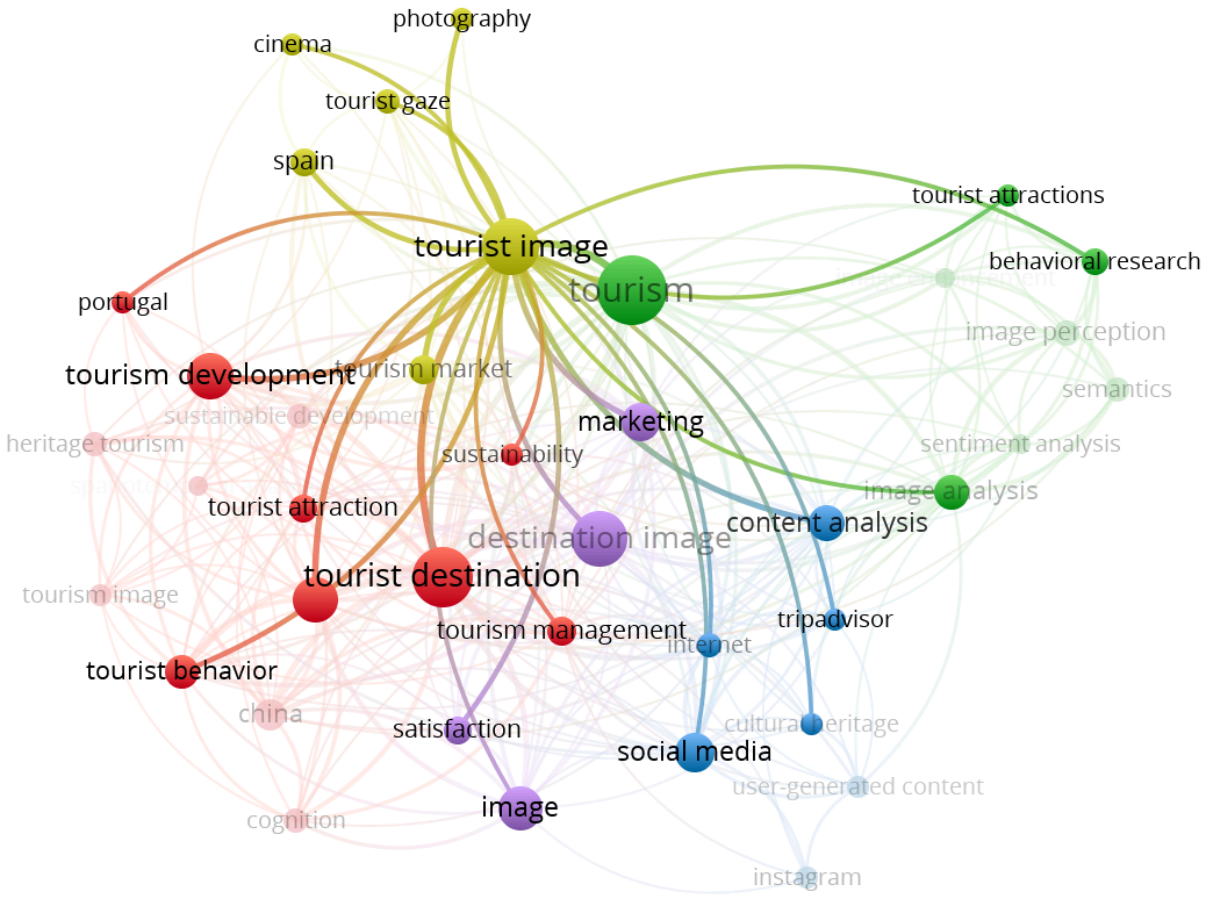
una imagen deteriorada (como un destino asociado al turismo sexual) tiende a frenar el desarrollo y dirigirlo hacia nichos informales. Estas dinámicas en general también afectan a la gobernanza turística, dañando los procesos institucionales que administran los territorios de forma sostenible.

Dentro de este contexto, se evidencia la necesidad urgente de implementar políticas públicas que regulen al turismo sexual, se planifiquen estrategias que protejan la reputación del destino y se creen dinámicas dentro del turismo que apunten hacía unos modelos inclusivos, sostenibles y culturalmente alineados a la identidad de Cali.

Las variables “tourist image” y “tourist behavior” evidencian la interacción recíproca entre la imagen que se proyecta del destino y los comportamientos de parte de quien los visita. En este caso, si Cali llegase a ser percibida como un destino relacionado y conectado al turismo sexual, unos tipos de perfiles turísticos serán atraídos a la ciudad, reforzando las prácticas que afectan la reputación. Estudios han revelado que los destinos con imágenes sexualizadas tienden a presentar situaciones de riesgo.

Dentro de la relación de “tourist image” y “destination image” se destaca que la imagen turística de un destino no es una representación fija, sino más bien un modelo hecho por parte de las redes sociales, marketing, y el voz a voz de las personas visitantes y habitantes, Dentro del contexto del turismo sexual, todos estos factores refuerzan estereotipos que lo único que hacen es afectar la reputación y percepción internacional. En la ciudad es necesario analizar cómo las narrativas destructivas pueden configurar una imagen que puede variar entre la riqueza cultural y la estigmatización sexual del destino

Figura 4. Clúster Imagen Turística



Fuente: Vosviewer, 2025.

En el segundo clúster de “tourist image” tenemos algunas variables como “marketing” qué evidencian que la imagen turística de un destino no es algo neutro, sino más bien una estrategia de construcción influenciada por medios y discursos publicitarios. Algunos estudios, como el de Kiper y Ulema (2021) hablan de que muchas campañas de marketing recurren a contenidos sexualmente sugerentes, esto reforzando estereotipos de género y sexualizando la imagen de algún destino para atraer públicos específicos. Dentro de este contexto, el turismo sexual se convierte en algo que va implícito dentro de la oferta turística de una ciudad, donde los cuerpos se presentan como parte del atractivo. En el caso de Cali, esta relación justifica un análisis crítico de las campañas publicitarias de la ciudad, especialmente estas que ofertan una imagen hipersexualizada del territorio.

En cuanto a la relación entre “tourism image” y referentes regionales como España y Portugal, se muestra que la imagen turística de un lugar no se construye por aislamiento, sino en diálogo con modelos culturales y narrativas globales. Algunos estudios dentro de estos países han documentado cómo el turismo sexual visible ha influido mucho en la visión y percepción de los destinos con fuerte patrimonio cultural, todo esto generando fuerte rechazo por parte de las personas del territorio y afectando a su identidad cultural innata.

Esta experiencia puede ser una comparativa para Cali, con una riqueza cultural parecida, voy a enfrentar dificultades si el turismo sexual llegase a ser una narrativa dominante, es decir que se empiece a reconocer desde el exterior a Cali Como un destino con mucho turismo sexual lo cual puede recurrir a estereotipos que opaquen nuestra oferta de diversidad cultural.

La relación entre “tourist image” y “behavioral research” demuestra que la imagen de un destino está profundamente relacionada influenciada por el comportamiento de los visitantes y de la manera en que estos son percibidos por las personas del territorio, los medios y también los actores institucionales. En el contexto del turismo sexual, prácticas como la búsqueda de la prostitución por parte de visitantes en territorios extranjeros fue alterar significativamente la percepción del destino que es visitado.

En Cali, esta relación del comportamiento con la imagen turística trae la necesidad de incluir estudios necesarios del comportamiento turístico en zonas de tolerancia y vida nocturna donde estas actividades se hacen más visibles, también analizar cómo se interpretan estas conductas y cómo la reciben las personas autóctonas y cómo puede afectar su identidad local.

Teniendo en cuenta ya algunas variables interesantes como “cinema" y su relación con “tourist image" se revela que a veces el cine funciona como una herramienta poderosa en la construcción simbólica de algunos destinos turísticos, muchas veces cargadas de estereotipos sobre las personas que habitan los destinos, muchas investigaciones demuestran que películas ambientadas por ejemplo en el Caribe han contribuido a hipersexualizar a personas de esta región, convirtiéndolos en parte del atractivo turístico dentro del turismo sexual. Con la ciudad de Cali esta relación justifica el análisis crítico de películas que representan a la ciudad a nivel global. Es importante entender cómo algo que se puede creer alejado del turismo como el cine puede llegar a contribuir y erotizar la imagen turística de Cali.

Otras variables interesantes son “photography" y “social media” que demuestran que muchas veces las imágenes compartidas por turistas dentro de las redes sociales son componentes activos en la construcción simbólica de un destino. Estás fotografías no solo guardan recuerdos y experiencias, sino que también moldean la percepción colectiva de un lugar a personas que navegan por redes sociales y van visualizando, todo eso puede reforzar un estereotipo sexualizado sobre un lugar en caso de que se postee contenido relacionado al turismo sexual. Todo esto está relacionado con las plataformas de redes sociales como Instagram, donde la representación multimedia suele influir mucho en la reputación de la ciudad.

Analizar el impacto del turismo sexual en la imagen turística de Cali trae a reconocer que esta práctica no solo se limita a intercambios económicos por favores sexuales, también abarca dinámicas mucho más abiertas de representación, del consumo simbólico y de una desigualdad penetrada en la sociedad. Algunos hallazgos en trabajos como el de Bandyopadhyay y Nacimiento (2010) dieron como evidencia que muchos destinos tropicales Como por ejemplo Brasil, han presenciado en carne propia lo que es la hipersexualización de la mujer, promocionando al cuerpo como parte de la oferta turística.

Muchas estrategias de marketing llevadas a cabo por empresas turísticas han utilizado imágenes sexualmente sugestivas para el público, especialmente para atraer público masculino, todo esto lo concluyeron kiper y Ulema (2021), lo cual convertía a las mujeres en atractivos visuales para el gusto de los hombres y no como personas que hacen parte de una cultura autóctona de un destino turístico. Esta representación no solo distorsiona la imagen externa de un destino, sino que también afecta la forma en que los residentes de los destinos forman su identidad local.

Por lo tanto, se puede decir, que el turismo sexual no es algo aislado, sino más bien una parte con mucho peso en cuanto a la configuración de la imagen turística. Francesc et al. (2024) en su trabajo dieron como conclusiones que incluso las prácticas como el coqueteo, fiestas temáticas y con ambiente, como comportamientos estereotípicos de los residentes aportan a moldear la percepción del destino.

Desde esta perspectiva, toda la imagen turística de un destino y en este caso Cali, no se construye desde lo que las empresas turísticas legales y formales ofrecen, sino que también se construye desde las actividades que hacen los turistas, también lo que busquen, lo que los residentes Ven y dicen, y lo que las empresas y entidades gubernamentales comuniquen. Toda esta imagen puede derivar en una dinámica de pros y contras. Por un lado, se puede tener un destino que aumente su ganancia económica, pero por otro lado vamos a tener un destino con mala reputación y con una percepción global estancada.

La relación entre el turismo sexual y cómo puede repercutir en la imagen turística, ha sido explorada desde un enfoque en donde el comportamiento de los visitantes incide en la construcción simbólica de cada destino. Gonzáles et al.(2024), hablan de que sin necesidad de que las prácticas sexuales que llevan a cabo los turistas sean pagadas, espontáneas o asociadas a la vida y ocio nocturno, no pasan desapercibidas, sino que se convierten en un elemento clave que incide en la perspectiva local de la ciudad y, por ende, van transformando o creando la imagen turística del destino.

Si los residentes ven o perciben ese tipo de prácticas sexuales turísticas como una amenaza, siendo el caso, la explotación sexual infantil, desorden, etc. El destino empieza a adquirir una imagen turística negativa y en el caso de que los residentes perciban estas actividades como tolerancia o parte de la diversidad, los residentes pueden verlo como parte de una identidad abierta y cosmopolita, pero, aun así, ellos expresan que toda práctica sexual visible (comercial, pública o recreativa) afectan el apego de los locales al lugar y la satisfacción e identidad con su ciudad.

Desde esa perspectiva, el turismo sexual puede llegar a desempeñar un doble papel, por un lado, puede contribuir a proyectar a un destino turístico como un espacio libre, tolerante y cosmopolita; o que, en la mayoría de los casos, genera una visión negativa del destino, asociándolo con fiestas nocturnas, excesos, explotación y pérdida de la identidad local y cultural.

En esa investigación los autores señalan que el factor emocional de los locales con su ciudad se ve directamente afectado por su nivel de aceptación o rechazo hacia el turismo sexual y demás prácticas de ocio nocturno, lo cual influye en la satisfacción que sienten con su entorno y en la manera en que interpretan la imagen externa del destino. A lo que se identificaron cuatro perfiles de residentes o perspectivas locales frente al turismo sexual: permisivos, expectantes, pragmáticos y rechazantes. Esta diferencia entre perspectivas genera una contradicción en cuanto a cómo se sienten los residentes, ya que unos parecen sentir orgullo por la diversidad y otros rechazan la asociación de su ciudad con sexo, fiestas, excesos y descontrol.

Con esto se puede corroborar que el turismo sexual puede ser un factor determinante en la construcción social de la identidad y marca de un destino turístico, ya que afecta tanto la percepción de la comunidad local como la imagen y percepción a nivel internacional de la ciudad como espacio turístico.

Con lo anteriormente planteado, vemos la necesidad de profundizar en las consecuencias que puede generar el turismo sexual o la sexualización de un destino en la creación o modificación de la imagen turística y la percepción y comodidad de los residentes con el turismo. Por ende, el turismo sexual no es un elemento que pase desapercibido, es un motor que configura la identidad local, las normas de convivencia y la gestión turística.

Por el mismo sentido el autor Planas (2024) menciona que el turismo sexual forma parte crucial de la economía turística de ciertos destinos que, aunque frecuentemente pasa desapercibido o simplemente no se haga visible en las estadísticas oficiales, está presente y por lo tanto incide directamente en la construcción de su imagen turística.

Se desarrolla la idea de que la industria cinematográfica y mediática convierte los cuerpos y relaciones íntimas en símbolos y recursos económicos que llaman la atención de la masa turística pero que a su vez promociona desigualdad, estereotipos físicos, raciales y de clase socioeconómica, la idea se desarrolló mediante un análisis de películas ambientadas en la república dominicana, Haití y cuba, donde los cuerpos caribeños se transforman en la principal atracción de la película y por ende, promociona este aspecto físico como parte de la oferta turística.

Estos medios hipersexualizan y erotizan al Caribe internacionalmente como un destino asociado no solo a playas y paisajes cálidos sino que también los asocian con erotismo, deseo y sexo, proyectando una imagen doble de zonas de vulnerabilidad y paraísos de placer, lo que atrae a la masa turista, pero que a su vez, estigmatiza a las comunidades locales, que con el tiempo este estereotipo de “cuerpo caribeño” se transforma en el sustento de muchas familias de bajos recursos y así mismo contribuye significativamente en la economía nacional de diversas islas.

Otra perspectiva importante sobre el impacto del turismo sexual en los destinos es la de Cabezas (2009) y Padilla (2007) los cuales señalan que el turismo sexual en la región Caribe prolonga dinámicas coloniales donde la riqueza fluye hacia los más poderosos mientras que la comunidad o los cuerpos locales, se convierten en mercancía turística. En este proceso de asimetría de poder, se promueven desigualdades raciales que condicionan que elementos del territorio pueden visualizan o se ocultan, a lo que muchos residentes perciben las relaciones sexuales remuneradas como oportunidades económicas y otros como desnaturalización de las personas y amenazas a la identidad local y cultural del destino.

Por lo tanto, nuevamente esta investigación reafirma la relación intrínseca entre el turismo sexual y la creación o transformación de la imagen turística de un destino.

El turismo sexual y la imagen turística se ven relacionados en la región caribe dado que los cuerpos o estereotipos físicos creados y promovidos a través de la industria cinematográfica y demás medios de comunicación se convierten en parte del producto turístico.Con base a lo antes planteado, los autores Pratt (2024) y Suntikul (2024) igualmente, sostienen que el turismo sexual incide directa y tangiblemente en la imagen turística de un destino, ya que transforma practicas intimas como las relaciones sexuales en elementos visibles parte del paisaje y producto turístico.

Ellos mencionan un concepto de trabajadoras sexuales nómadas, las cuales son trabajadoras de este sector que viajan como turistas a otros destinos para ejercer allí su profesión sexual, transformando el turismo sexual, en un fenómeno no solo interno sino también externo, en su investigación los autores evidencian cómo estas prácticas se comercializan, como parte de una experiencia, teniendo encuentros y relaciones ya negociadas previamente, por lo que los destinos empiezan no solo a ofertar sol, playa, patrimonio y cultura, sino también la promesa de encuentros sexuales.

Este estudio trae nuevamente la ambivalencia del tipo de aporte que genera el turismo sexual a la imagen turística, teniendo que para algunas personas y mercados la presencia de la oferta sexual se interpreta como oportunidades económicas, para otras se convierte en un estigma asociado a una amenaza, un riesgo, temas de ilegalidad y desigualdad, este tipo de tensiones generan una imagen turística tanto atractiva como problemática.

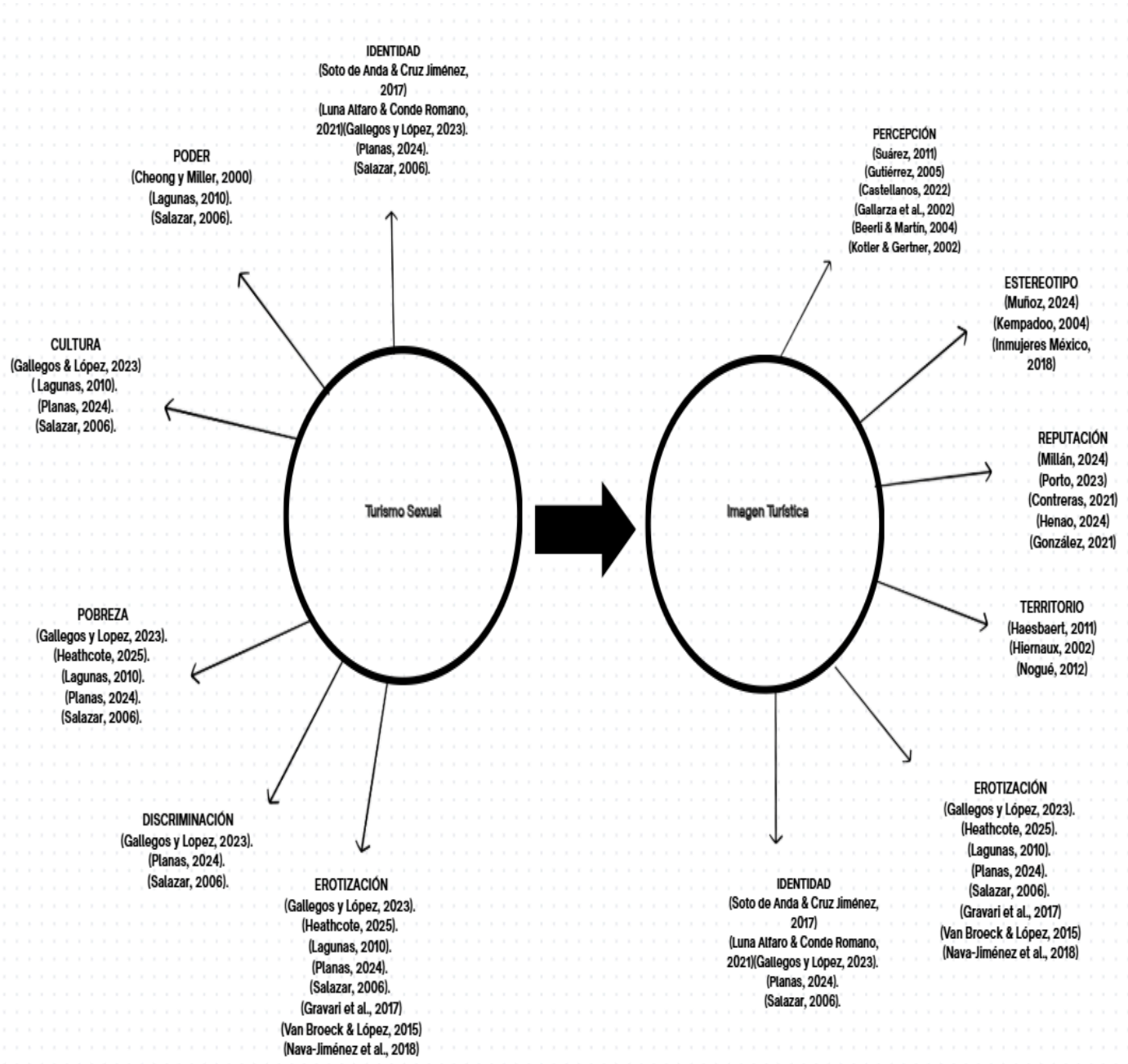
En conclusión, para estos autores, el turismo sexual es un factor activo en la construcción de la imagen turística, que, por medio de elementos como ofertas eróticas, comercialización de experiencias íntimas, ambivalencias identitarias, marcos legales y discursos mediáticos determinan si el destino será percibido a nivel mundial como un espacio de oportunidades económicas o como un destino marcado por la explotación.

5.2 Objetivo Específico 2. (modelo teórico)

A partir de la revisión de literatura realizada en la cual se analizaron aportes de diversos autores que han investigado sobre el turismo sexual y variables, dinámicas, efectos socioculturales y económicos. Se evidencio que este fenómeno influye de manera significativa en la percepción que los habitantes y comunidades internacionales demarcan de un sitio. Las investigaciones consultadas coinciden en señalar que la presencia de prácticas asociadas con el turismo sexual puede transformar la reputación de un territorio, ciudad, etc. Impactando en la imagen turística, tanto de una forma positiva como también negativa, dependiendo de la narrativa y dinámica como también de la exposición mediática y de las implicaciones morales y éticas que rodean esta actividad.

5.2.1 Modelo Teórico de Objetivo Específico 2

Figura 5. Variables y Autores Claves.



Fuente: Scopus y Researchgate, 2025.

5.2.2 Variables Modelo Teórico

5.2.2.1 Variables de Turismo Sexual en el Modelo Teórico

1. **Poder**

En el ámbito turístico, el poder es una variable que se aborda al hablar sobre la forma en que las relaciones entre turistas y las comunidades locales se ven estructuradas por jerarquías económicas, simbólicas y de roles de género. El poder se manifiesta en el momento y manera en la que los turistas empiezan a consumir experiencias, cuerpos y espacios definiendo en muchas ocasiones lo visible y lo oculto en el destino.

Cheong y Miller (2000) amplían esta idea dando a entender que el turismo sexual no solo es sobre control económico sino también de poder discursivo y representación, donde los medios de comunicación, las redes sociales, las agencias de viajes y los propios turistas comienzan a generar discursos que mediante el pasar del tiempo van moldeando el comportamiento y la misma identidad cultural de los residentes del destino.

El poder es una de las variables más importantes dentro del turismo sexual, ya que evidencia la subordinación económica y simbólica que tienden a padecer las comunidades locales de los destinos por parte de los turistas, donde los cuerpos locales se transforman en un producto atractivo parte de la oferta turística del territorio, donde el deseo se normaliza mediante estructuras históricas de conquista y dominación.

2. Cultura

Autores como Salazar (2006) mencionan en su investigación, que la cultura se puede entender como un conjunto dinámico de representaciones e interacciones que se convierten en las relaciones que se forman entre turistas y comunidades locales. Este autor explica que los turistas forman una cultura no estática, sino que van construyendo socialmente discursos influenciados por el poder y el deseo de los turistas por algo auténtico. Salazar también menciona una “invención cultural del turismo” refiriéndose al comportamiento en donde las comunidades locales de los destinos comienzan a adaptar o reinventar sus tradiciones y por ende parte de su cultura para poder satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas.

Desde los enfoques críticos del turismo, se plantea que el turismo institucionalizado puede reproducir relaciones desiguales de poder, en las que los destinos y las culturas locales se transforman en objetos de consumo simbólico. Por esto mismo, el turismo no solo oferta de manera comercial territorios y prácticas culturales, sino que también contribuye a naturalizar estas dinámicas de poder dentro de los propios contextos de origen del turista, reforzando lógicas de consumo y evasión propias de las sociedades contemporáneas.

Autores como Gallegos y López (2023) muestran a partir de su análisis geográfico en Veracruz Boca del Rio, México, que la variable cultural influye fuertemente en la forma en que los actores del destino se apropian, organizan y llegan a percibir su territorio en el ámbito turístico y cultural. Para explicar esto ellos hacen uso de la triatleta del espacio, con la cual muestran que los encuentros turísticos y sexuales son definidos por prácticas culturales diferenciadas, donde las costumbres, las normas y estigmas sociales locales se encargan de moldear la forma en que se relacionan los turistas con las sexoservidoras.

De esta manera, la cultura sirve como marco interpretativo que añade sentido a la interacción, negociación simbólica y al uso del espacio vivido en torno al turismo sexual. Para finalizar Planas (2024) hace un análisis de la industria cinematográfica en el caribe, donde el autor explica cómo la cultura caribeña es representada y erotizada estereotípicamente por parte de la perspectiva extranjera, su investigación evidenció que las películas reflejan la tensión entre la identidad local y la imagen turística globalizada, donde los estereotipos corporales, la música y los paisajes paradisíacos se convierten en representaciones del deseo y placer exótico.

3. Identidad

La variable dentro de un destino turístico se presenta a través de símbolos, memorias, monumentos o características físicas que representan a las personas y culturas de una comunidad. En el turismo sexual la identidad se ve implicada por la clase de estereotipos sobre el género, la raza y la cultura, donde los cuerpos de las personas (principalmente femenino) forman parte de la oferta turística de un destino.

Junto con el poder y la cultura, la identidad es un pilar teórico sumamente importante al momento de analizar el fenómeno del turismo sexual, en especial en países en pleno desarrollo, donde junto con las diferentes dinámicas turísticas, se generan nuevas identidades.

Salazar (2006) aborda como la parte antropológica del turismo debe dedicarse a analizar de manera crítica estas nuevas identidades generadas a partir del fenómeno del turismo sexual. En los destinos que son fuertemente identificados por el turismo sexual, la identidad local entra en conflicto con la imagen turística globalizada de los destinos, un conflicto que se ve representado a través de los estereotipos erotizados. El autor Justo Planas (2024), en su análisis de la industria cinematográfica caribeña, evidencia cómo esta tensión entre la identidad local e imagen turística globalizada utiliza los estereotipos corporales para convertir la identidad cultural en una representación de deseo y placer exótico.

En casos extremos, la identidad local puede llegar comprometerse en gran medida a partir de la reputación del turismo sexual en el destino, como pasó con Tailandia, lo cual lleva a los gobiernos a buscar maneras de crear estrategias de marca país que cambien la imagen turística sexual del territorio, que, en el caso de Tailandia, siguen buscando que su identidad sea representada más por su cultura que por la reputación sexual con la que han cargado desde décadas.

4. Erotización

La variable de la erotización es reconocida como el proceso en el cual la imagen turística del destino y sus residentes son transformados en un símbolo de deseo y placer sexual, convirtiendo los cuerpos locales en un producto interesante y exótico para la perspectiva extranjera. Este proceso tan particular es una manifestación evidente de las como las dinámicas de poder muestran la subordinación económica y simbólica que padece la comunidad local de los destinos donde la búsqueda de placer y deseo se ve normalizada por estructuras históricas de conquista y dominación por parte de los más poderosos a hacia los menos poderosos.

Planas (2024) en su análisis del cine caribeño, evidencia como la variable de la cultura es representada y erotizada estereotípicamente desde los ojos extranjeros. Su análisis e investigación prueban que esa erotización se manifiesta a través de las películas, que se encargan de promover los estereotipos corporales, música que incita al placer y paisajes paradisíacos que se transforman en representaciones claras del deseo y placer exótico.

La construcción del deseo está altamente racializada, Heathcote (2025) en una investigación sobre turistas homosexuales estadounidenses en Kenia, revela como el interés sexual turístico tiene un filtro por la raza, erotizando y disponiendo los cuerpos afrodescendientes en función de la satisfacción del turista.

La erotización es una variable discursiva y práctica, que se encarga de convertir a un objetivo en el objeto sexual de aquellos que consumen este tipo de actividades, sexualizando la identidad del destino a través de los estereotipos corporales que se van formando, lo que termina moldeando negativamente la imagen turística del destino

5. Pobreza

La variable pobreza es una de las más relevantes y significativas al momento de analizar y entender el fenómeno del turismo sexual, ya que en muchos casos es lo que más facilita que este mismo se desarrolle, mostrando una evidente subordinación económica y simbólica que llega a convertir a los cuerpos locales de un destino en parte de su oferta turística.

Salazar (2006) plantea que mayormente en los países en desarrollo, el turismo se vincula en contextos marcados por relaciones históricamente neocoloniales y por ende desigualdades socioeconómicas de gran relevancia, la pobreza se convierte en la base estructural del turismo sexual, donde las comunidades locales dependen del ingreso económico que reciben por parte de los turistas y visitantes que arriben el destino, dando por resultado la subordinación económica. Lagunas (2010) complementa esta idea, mencionando que el turismo sexual es una manifestación directa de la dominación de parte de los países del norte sobre el sur.

Gallegos y López (2023) explican que la pobreza hace parte tanto del origen como del aumento del turismo sexual, especialmente en contextos urbanos que cuentan con una alta precariedad laboral. Entre las mujeres cis y trans que fueron investigadas en su trabajo, los resultados eran que ellas identificaban al turismo sexual como una oportunidad económica dentro de un entorno hostil y marginal, en la que el intercambio de servicios sexuales por bienes económicos se justifica con tal de tener un sustento para su hogar.

La pobreza no es únicamente una condición social del destino, sino que es un motor central para el turismo sexual que, al ser la base de subordinación económica, deteriorando con el tiempo la imagen turística de un destino, al momento en que se asocia al territorio con vulnerabilidad y explotación de sus habitantes.

6. Discriminación

Esta variable se hace presente en el fenómeno del turismo sexual como una forma de desigualdad estructural que se manifiesta en las relaciones entre turistas y poblaciones locales del destino, comúnmente en países en desarrollo. Según Salazar (2006), el turismo promueve un efecto de jerarquía en los destinos turísticos, lo cual segrega, clasifica y subordina socio culturalmente a las comunidades locales frente a los visitantes y turistas, dándoles un estatus solamente por no ser locales.

Por esta misma línea, Autores como Gallegos y López (2023) hablan de que este tipo de discriminación se puede traducir como estigmatización social, excusión territorial y violencia simbólica hacia las personas que ejercen alguna labor sexual en especial las mujeres cis género y las mujeres transexuales.

El autor Planas (2024) explica que este tipo de desigualdades y discriminación, son promovidos por los discursos mediáticos y turísticos que se encargan de reforzar estereotipos sexuales y raciales, que con el tiempo normalizan la desigualdad en el territorio y consolidando la variable discriminación como un pilar en las prácticas en torno al turismo sexual.

5.2.2.2 Variables de Imagen Turística en el Modelo Teórico

1. **Percepción**

La palabra “percepción” a nivel general llega a ser clave dentro de nuestra investigación. La percepción dentro del concepto de la imagen turística es una dinámica subjetiva, que se forma a partir de los componentes tanto cognitivos como afectivos (Castellanos, 2022), y a su vez se ve grandemente influida por el intervalo cultural entre el visitante y el destino (Suarez, 2011) y también se puede tomar en cuenta el tema de la motivación por visitar el destino, la edad y experiencia del turista (Beerli & Martin, 2004).

Las percepciones de los turistas evolucionan antes, durante y después del viaje (Gutiérrez, 2005), es por eso que desde el marketing del territorio se puede afirmar que la percepción de una región o país debe adecuarse como una marca; la percepción internacional esta medida por los estereotipos, los medios y la diplomacia (Kotler & Gertner, 2002).

Dentro del contexto del turismo sexual, la variable “percepción” se vuelve un factor predominante y critico: los estereotipos, la difusión por medios, y toda la publicidad influyen y alteran mucho en la percepción dentro de los destinos, esto genera discordias entre la imagen que se quiere ofrecer y la que se genera. Gallarza et al., (2002) menciona que esta percepción se crea en la correlación entre sujeto, objeto y los atributos físicos y simbólicos que permiten captar la forma en que el turismo sexual llega a distorsionar la imagen turística desde la perspectiva de los habitantes y de los visitantes.

2. Estereotipo

El estereotipo también opera como una variable fuerte dentro del estudio, el estereotipo funciona como una especie de filtro que distorsiona e impacta la imagen de un destino turístico. Dentro de la dinámica del turismo sexual, el tema de los estereotipos se agudiza, las mujeres y hombres locales se transforman en deseo y en cuerpos disponibles, y los destinos como el escenario del anhelo. Estas características simbólicas manchan la imagen turística que los territorios desean proyectar, incrementando la narrativa colonial de sexismo, erotizante y patriarcal.

Muñoz (2024) y Kempadoo (2004) exponen que el turismo sexual propaga estereotipos sobre las razas y el género, mientras tanto el estudio Inmujeres México (2018) muestran como generalmente las estrategias de marketing y publicidad turística no toman en cuenta las precauciones adecuadas y perpetúan representaciones sexualizadas. De esta forma, los estereotipos no solo forman la imagen turística, también legitiman las prácticas del consumo simbólico en el territorio.

3. Identidad

La identidad dentro del territorio se perpetúa a través de los símbolos, las memorias, características físicas, monumentos, etc., que definen a las personas y la cultura de la comunidad. Dentro del campo del turismo, esta identidad se transforma en un recurso narrativo que puede ser convertido según todos los intereses dentro del mercado.

En cuanto al turismo sexual, la identidad se ve afectada por los estereotipos sobre el género, la raza y la cultura, donde los cuerpos de las personas que hacen parte del territorio (principalmente femenino) se convierten en parte de la oferta turística. Algunos autores como Soto de Anda & Cruz (2017) demuestran como la identidad latinoamericana se ha visto construida con base a las dinámicas turísticas, mientras tanto Alfaro & Romano (2021) exponen como el turismo gay y lo relacionado al trabajo sexual en Mexico han reconfigurado las identidades urbanas y sexuales.

Entonces como conclusión, la identidad dentro de la imagen turística no solo representa a una región y las personas que hacen parte de él, también propone las identidades dentro del espectro global y local.

4. Erotización

Dentro del turismo, la erotización habla sobre el peso estético y simbólico que transforma los cuerpos, las culturas y los territorios en deseo. Gravari et al. (2017) explican que ciertos destinos turísticos son trazados como territorios de turismo sexual, en donde la imagen del turismo se representa a partir de las fantasías sexuales antiguas coloniales.

Van Broeck & Lopez (2015) hablan sobre el homoerotismo dentro de la dimensión del turismo sexual, mostrando como la ideación erótica define la actividad turística y la identidad. Nava-Jiménez et al. (2018) mencionan que la imagen trastornada por el turismo sexual implica una transformación simbólica del territorio, donde la imagen se convierte en una promesa de “acceso corporal” y “simbólico”.

5. Reputación

La reputación del destino es construida con base a las experiencias de diferentes actores de forma compartida, voz a voz, comentarios de redes sociales y narrativas mediáticas, todas estas variables influyen de forma directa en la decisión de viaje (Delgado, 2024).

La gestión basada en estrategias, también en plataformas digitales es muy fundamental para mantener la competitividad y credibilidad dentro de los territorios (Porto, 2023). Contreras (2021) da pruebas de que la calidad del servicio hace parte de un componente especial de la reputación, pues trabaja de la mano con la fidelización y la percepción de los visitantes.

No obstante, dentro de los contextos del turismo sexual, la reputación se ve distorsionada, Henao (2024) muestra como las utilidades que forjan del turismo sexual se contraponen a los problemas sociales y de territorio en Medellín, y esto a su vez afectan la imagen internacional de la ciudad. González, (2021) dice que el turismo sexual genera una reputación contradictoria, en los territorios en donde la identidad de las comunidades se tensiona con la oferta del turismo y las prácticas delictivas enmascaradas.

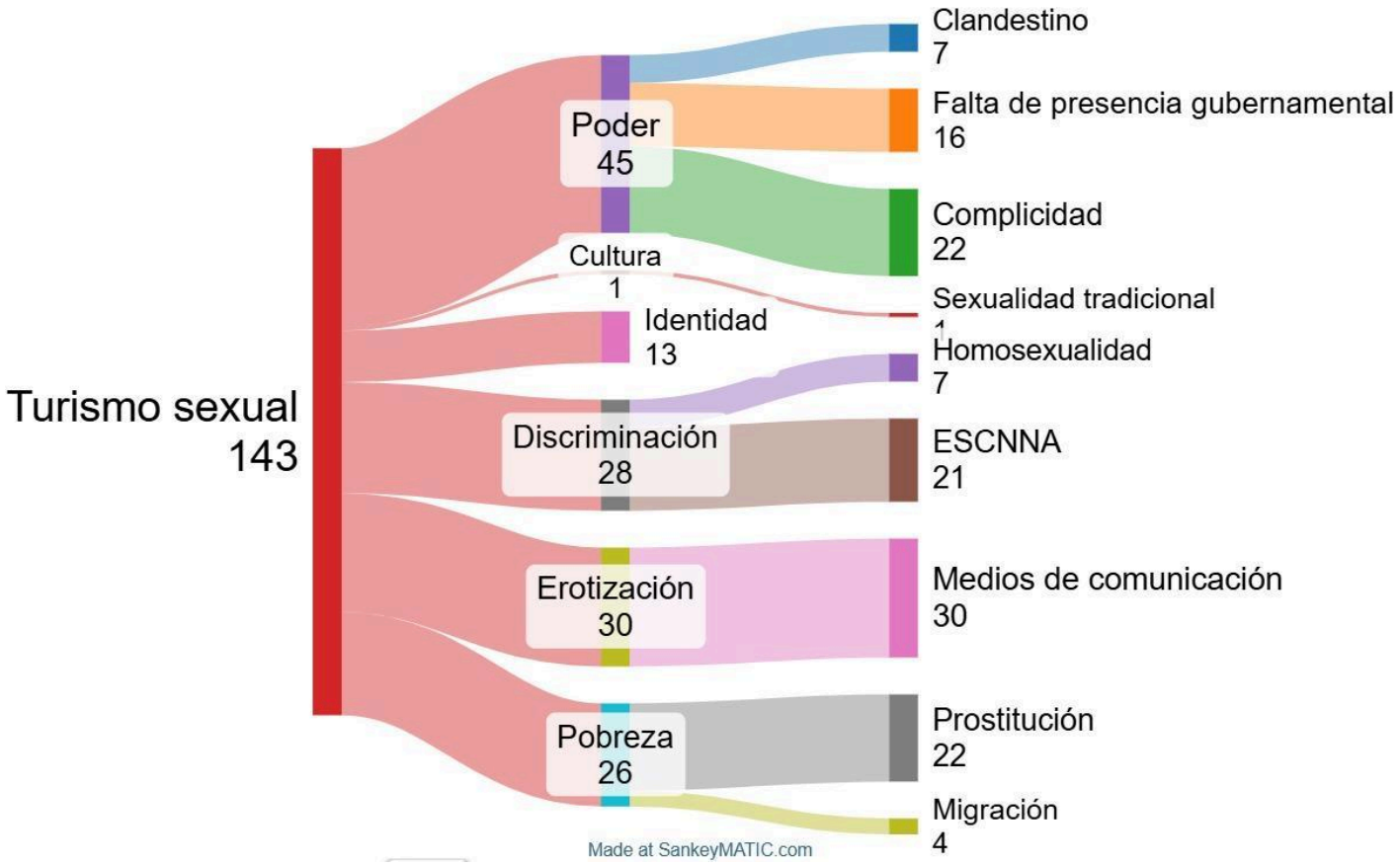
6. Territorio

La variable “territorio” habla más allá de un espacio físico, se refiere también a un conjunto de significado, identidades y realidades que se reflejan en la imagen turística. Haesbaert (2011) dice que los territorios son variables y dinámicos, entrelazados con los procesos de desterritorialización y Re-territorialización, esto explica el hecho de que el turismo constantemente redefiniendo los territorios, y esto se puede ver de forma más profunda y oscura en ciudades donde el turismo sexual está más normalizado e impregnado.

Nogué (2012) vincula a la identidad y al territorio de forma directa, demostrando que la imagen turística se alimenta de los símbolos que diferencian a las regiones y territorios y Hiernaux (2002) resalta que el turismo transforma los territorios en recursos, transformando identidades, culturas y prácticas comunitarias en productos de consumo.

5.3 Diagrama Sankey Turismo Sexual

Figura 6. Diagrama Sankey Turismo sexual.



Fuente: Propia, 2025.

El diagrama Sankey, representa la estructura de las categorías del turismo sexual, a partir de un total de 143 referencias codificadas en el análisis cualitativo. En él se observa como el fenómeno se descompone en 6 categorías principales, poder, erotización, discriminación, pobreza, identidad y cultura, las cuales se vinculan con subcategorías específicas que permiten comprender de mejor manera su complejidad social.

La categoría con mayor peso es **poder (45)**, la cual se articula principalmente con la **complicidad (22)** y la **falta de presencia gubernamental (16)**, evidenciando que el turismo sexual se sostiene en relaciones desiguales y en omisiones institucionales que permiten su reproducción. La subcategoría **clandestino (7)** refuerza la idea de que estas prácticas operan en espacios de ambigüedad y control limitado.

La **erotización (30)** aparece estrechamente ligada a los **medios de comunicación (30)**, lo que indica que los discursos mediáticos y digitales juegan un papel principal en la sexualización del destino y de los cuerpos locales. Este resultado sugiere que la construcción simbólica del deseo es un elemento clave del turismo sexual.

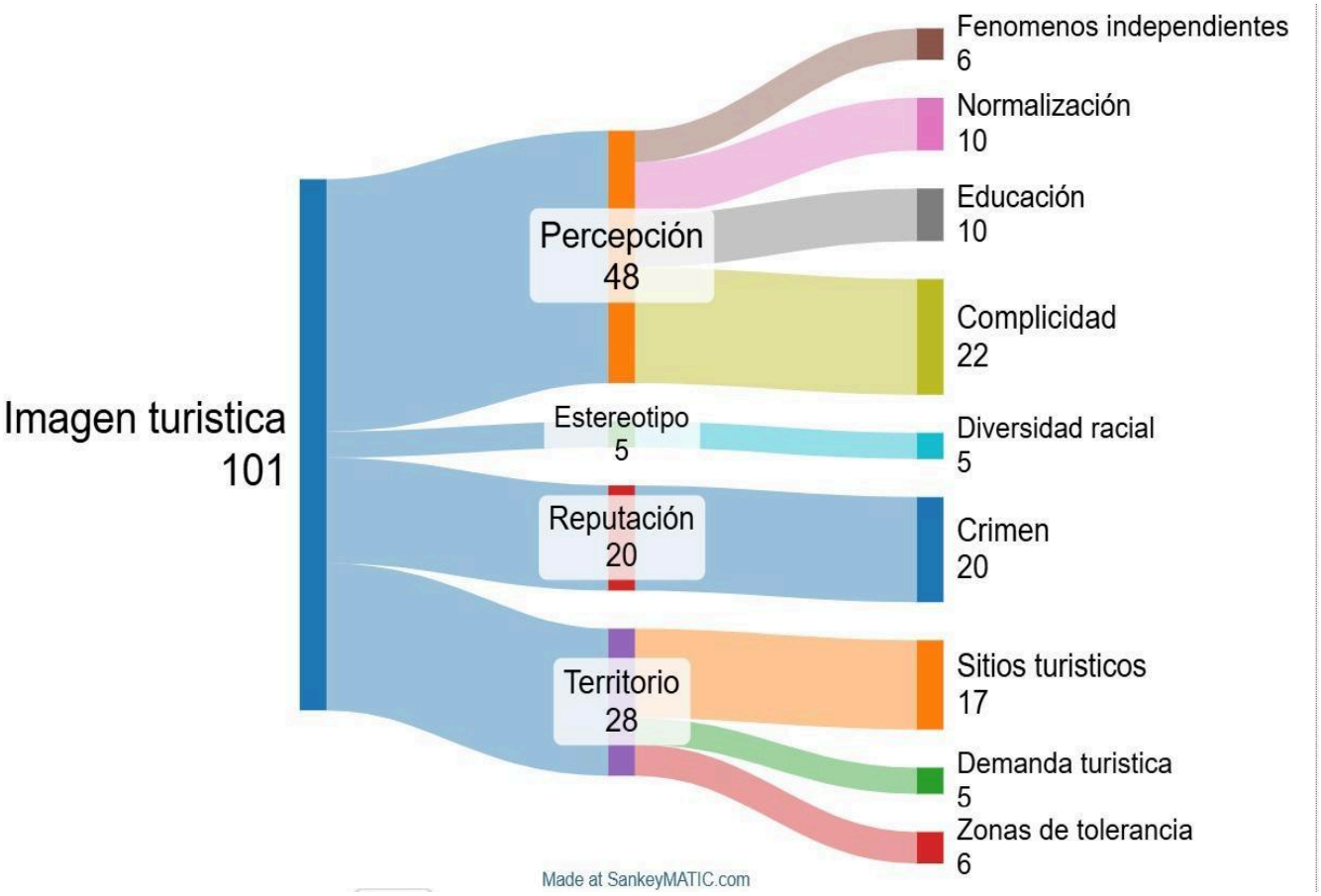
Por otra parte, la **discriminación (28)** se manifiesta de manera diferenciada a través de la **ESCNNA (21)** y la **homosexualidad (7)**, lo que evidencia que el turismo sexual reproduce formas graves de vulneración de derechos, especialmente cuando involucra niños, niñas y adolescentes, así como prácticas de exclusión y estigmatización hacia diversidades sexuales.

La **pobreza (26)** se conecta principalmente con la **prostitución (22)** y, en menor medida, con la **migración (4)**, mostrando que la precariedad económica y las trayectorias migratorias funcionan como factores facilitadores de la vinculación de personas en dinámicas de explotación sexual, particularmente en contextos urbanos como Cali.

Finalmente, categorías como **identidad (13)** y **cultura (1)**, aunque con menor frecuencia, permiten identificar tensiones relacionadas con la homosexualidad y sexualidad tradicional, lo que sugiere conflictos entre los valores culturales locales y las practicas asociadas al turismo sexual.

5.4 Diagrama Sankey Imagen Turística

Figura 7. Diagrama Sankey Imagen Turística



Fuente: Propia, 2025.

Este diagrama Sankey sintetiza las 101 referencias asociadas a la categoría de imagen turística, mostrando cómo esta se construye y se ve afectada por diferentes dimensiones simbólicas, territoriales y sociales.

La categoría con mayor presencia es **percepción (48)**, la cual se relaciona principalmente con la **complicidad (22)**, la **educación (10)** y la **normalización (10)**. Esto indica que la imagen turística del destino no se construyó únicamente desde lo visual o promocional, si no desde prácticas cotidianas que tienden a naturalizar ciertas dinámicas, incluyendo aquellas asociadas al turismo sexual. la presencia de fenómenos **independientes (6)** sugiere que algunos imaginarios se forman a partir de hechos aislados amplificados por los medios.

La **reputación (20)** aparece vinculada directamente con el **crimen (20)**, lo que evidencia que los relatos sobre inseguridad, ilegalidad y delitos asociados al turismo sexual influyen de manera directa en la forma en que Cali es percibida como destino turístico, tanto a nivel nacional como internacional.

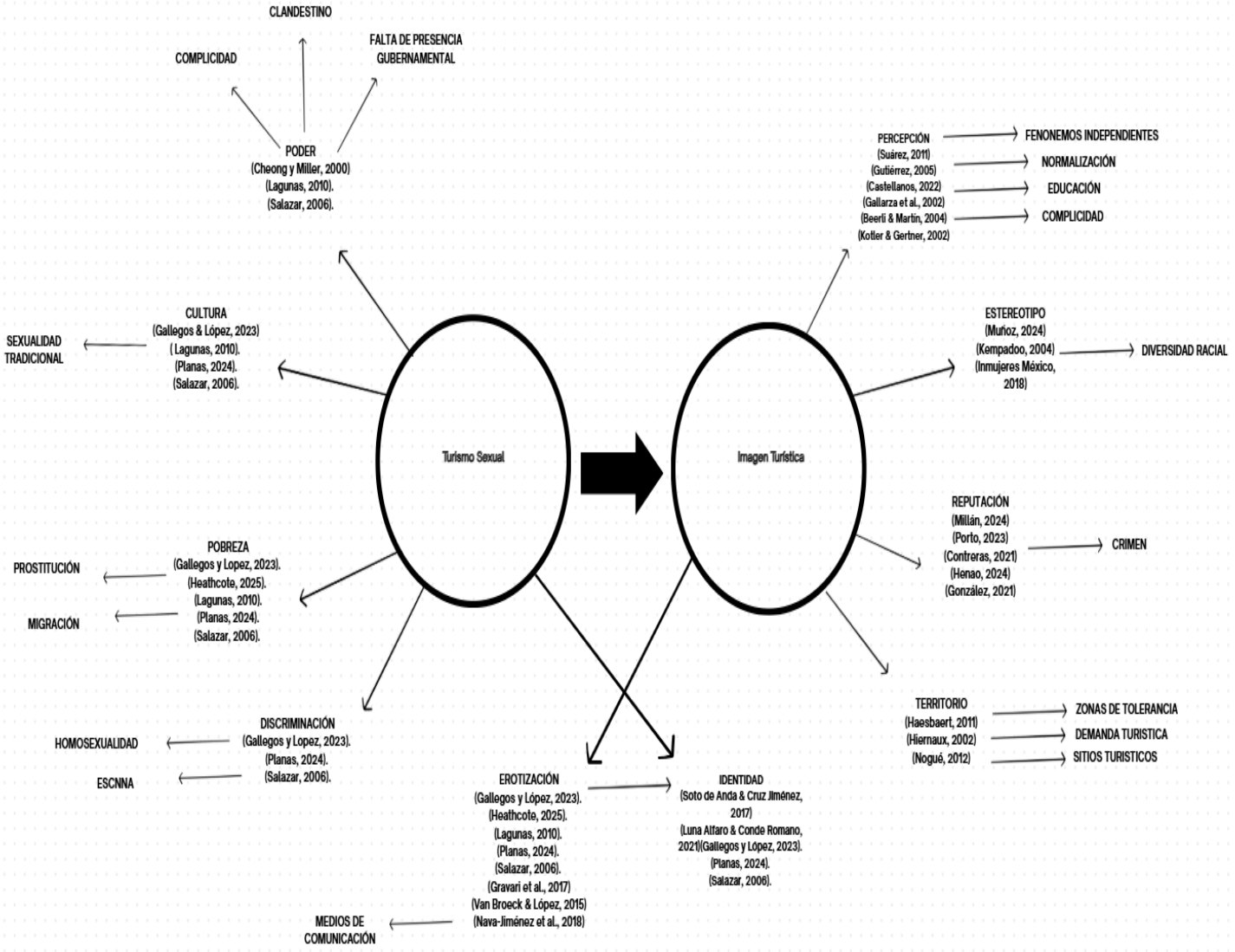
La categoría **territorio (28)** se conecta con **sitios turísticos (17)**, **zonas de tolerancia (6)** y **demanda turística (5)**. Esta relación muestra que la imagen turística se construye de manera localizada, asociando ciertos espacios urbanos con prácticas específicas, lo que termina marcando simbólicamente el territorio y condicionando su uso y significado.

Por último, el **estereotipo (5)** se vincula con la **diversidad racial (5)**, lo que sugiere que ciertos rasgos identitarios de la población local son simplificados o exotizados en la construcción de la imagen turística, reforzando representaciones parciales del destino.

Ambos diagramas de Sankey, permiten visualizar que el turismo sexual y la imagen turística no son dimensiones completamente aisladas, sino que son procesos interrelacionados. Mientras el turismo sexual se estructura a partir de relaciones de poder, pobreza y erotización, la imagen turística se ve afectada por percepciones, reputaciones y construcciones territoriales que puedan reforzar o normalizar estas prácticas. En el caso de Santiago de Cali, los resultados sugieren que la imagen turística de un destino se configura en tensión entre sus atributos culturales y las dinámicas clandestinas que, aunque no siempre visibles, influyen de manera significativa en su representación turística.

5.5 Objetivo Específico 3 (Modelo Teórico Empírico)

Figura 8. Modelo Teórico Empírico



Fuente: Autores y Propia, 2025.

5.5.1 Resultados y Discusiones del Turismo Sexual en el Modelo Empírico

Dado que no se identificaron investigaciones que abordarán de manera integrada la relación entre turismo sexual e imagen turística dentro de un mismo marco analítico, se optó por desarrollar una estrategia de análisis diferenciada. En este sentido, los resultados y la discusión se organizan en dos grandes bloques, por un lado, las categorías asociadas al turismo sexual, y por otro, aquellas vinculadas a la imagen turística del destino. Esta separación analítica permitió comprender de forma empírica como cada conjunto de variables opera de manera autónoma y, al mismo tiempo, cómo se articulan y se influyen mutuamente en el contexto de la ciudad de Santiago de Cali. De esta manera, el análisis no sólo identifica las dinámicas propias del turismo sexual, sino que también examina cómo éstas inciden progresivamente en la imagen turística.

1. Poder.

El análisis del elemento poder en cuanto al turismo sexual permite comprender que este fenómeno no se limita solamente a un intercambio económico, sino que configura relaciones asimétricas que articulan jerarquías materiales, simbólicas y socioculturales. Siendo coherentes con la idea anteriormente planteada, en el ámbito turístico el poder se expresa en la manera en que los turistas y los residentes se vinculan mediante experiencias consumibles dónde “cuerpos y espacios” pueden quedar subordinados a lógicas mercantiles, definiendo lo “visible y lo oculto” Del destino este análisis hoy resulta consistente con Cheong y Miller (2000), Quién es amplían este enfoque hoy al reconocer desde una perspectiva foucaultiana enfocada en el turismo, que el poder también opera en el plano discursivo y representacional, Significados producidos por medios, redes sociales, agencias y turistas no sólo describen el destino, sino que pueden moldear comportamientos, expectativas y hasta identidades locales.

En primer lugar, la clandestinidad aparece como un mecanismo central de reproducción del fenómeno del turismo sexual. Los entrevistado describen el turismo sexual como “clandestinas” y “es algo con maquilladito por ahí”, Haciendo énfasis en un carácter oculto y cuidadosamente gestionado. No se trata únicamente de que sea un fenómeno “ilegal” o marginal, sino de una lógica de operación basada en la baja visibilidad y en la producción de ambigüedad o normalización social; “Lo que pasa es que, digo yo que no es como tan abierto en como en otras ciudades, porque pues no es tan grande, como comparar Medellín con Cali”. Esta comparación no solamente resulta dimensionar el fenómeno, sino que revela un componente discursivo importante, y es que Cali no es mencionada públicamente como destino de turismo sexual con la intensidad con la que se asocia a Medellín o Cartagena, lo cual favorece a la reproducción de un registro de un plano de invisibilidad social.

La clandestinidad también se configura espacialmente. Un entrevistado señala que “en Cali también hay reservados que son de este tipo de modelos de negocios, entonces no los vas a encontrar en una casa brandeada donde diga motel o chochal O sítio turístico”. Esta cita muestra que el poder opera mediante la administración de la apariencia, espacios que se presentan cómo establecimientos comunes pueden

funcionar como nodos de oferta sin activar alertas sociales, mediáticas o institucionales.

En términos foucaultianos, el control no sólo es externo; se sostiene por reglas implícitas de discreción, por prácticas cotidianas de ocultamiento y por un umbral de tolerancia social que hace que lo clandestino resulte “normal”. Esto se refuerza cuándo se afirma “hoy se ha manejado muy, muy, muy, muy, digámoslo cauteloso, pensaría” y “Pero sí te puedo decir con certeza de que Cali tiene muy bien resguardado ese tema”. Así, la clandestinidad no resulta ser algo accidental, sino que resulta ser una estrategia que protege redes, reduce riesgos reputacionales del destino y dificulta la acción pública. A nivel de poder, esta lógica construye un escenario donde la víctima potencial (especialmente las poblaciones vulnerables) queda más expuesta, mientras los actores que intermedian se benefician del anonimato.

En segundo lugar, la falta de presencia gubernamental aparece como una condición habilitante qué refuerza la clandestinidad y amplía los márgenes de operación. Las voces participantes son directas, “campañas no he visto”, “no hay una regulación” y “como aquí no hay normativas ni reglas, leyes que realmente prohíban esta práctica”.

Estas afirmaciones deben leerse y entenderse más allá de la literalidad, ya que evidencian una percepción de vacío institucional por parte de la comunidad residente, entendiéndose como una ausencia de prevención, control, inspección y sanción, pero también como una carencia evidente de políticas integrales para cerrar brechas que incrementan vulnerabilidades. Un entrevistado enlaza explícitamente regulación y precariedad, “osea al no haber regulación gubernamental, obviamente las personas buscan otro tipo de formas para conseguir empleo para sostener a sus familias”. Aunque esta relación no debe interpretarse como una causalidad lineal, sí sugiere que, donde el estado no protege los derechos humanos ni garantiza oportunidades laborales, emergen economías informales o ilícitas que capturan las necesidades de muchas personas, en especial de jóvenes y mujeres.

La falta de presencia por parte del estado también se expresa en la normalización de la inacción, “y pues la policía pasa por el lado y no pasa nada. O sea, si es falta de que el gobierno ponga pues que apriete esa situación”. Esta frase es especialmente relevante para la categoría de poder, porque muestra cómo el control se ejerce o se omite en el territorio; la ausencia de intervención no es neutral, sino que puede convertirse en un mensaje práctico de permisividad.

En la misma línea, se plantea que “el estado sí debería tener un control y una regulación frente a este tipo de, para mí es un flagelo, porque una niña que se monta en eso obligada, es una niña que tiene vulnerado sus derechos y puede hacer otras cosas”. Aquí el entrevistado introduce un criterio de derechos, destacando que el fenómeno no puede analizarse sólo como “decisión individual” o “mercado”, sino como un escenario donde pueden existir coacciones y vulneraciones. La discusión, por lo tanto, apunta a que el poder también se manifiesta como una capacidad diferencial de protección; mientras ciertos actores como turistas, intermediarios o establecimientos conservan opciones y movilidad, otros quedan expuestos a riesgos sociales y violencias estructurales.

De manera adicional, algunos participantes cuestionan la idea de que la reputación detenga el flujo turístico, “Medellín y Cartagena tienen esa imagen de ser, pues unas ciudades dónde estás conductas son bastante comunes y eso realmente no ha disminuido la cantidad de gente que va”. Esta observación es consistente con Cheong y Miller (2000), En tanto a que el discurso no sólo “describe” sino que orienta consumos; la representación puede funcionar como marca para ciertos segmentos, sin afectar necesariamente el turismo en general.

Esto implica un reto significativo para la gobernanza del destino, si la demanda no se reduce por reputación el problema no se resuelve por “silencio” o por negación, sino por intervención pública coherente. De hecho, una propuesta emergente en los relatos sugiere contra narrativas y gestión urbana, “promover narrativas de ciudad que están muy centradas en gastronomía, en cultura, en deporte, control urbano a sus establecimientos informales. Hay que trabajar en eso para posicionar a Cali como modelo de turismo responsable y protector de derechos y evitar que lleguemos a esa situación”. En clave de poder discursivo esta cita reconoce que la

identidad turística de la ciudad es un campo de disputa, lo que se comunica y se regula afecta lo que se consume y se tolera.

En tercer y último lugar, la subcategoría complicidad evidencia la dimensión reticular del poder; no se trataría de hechos aislados, si no de cadenas de intermediación donde distintos actores clave pueden facilitar, encubrir o normalizar prácticas asociadas al turismo sexual. Un participante afirma, “si yo lo presencié en 2 hoteles, quiere decir que los hoteles están avalando esto”, y otro complementa “me da la impresión entonces que el alojamiento si es más flexible con respecto a eso”.

Aunque estas citas reflejan percepciones y experiencias personales, su reiteración sugiere la presencia de zonas grises en protocolos de admisión, verificación de edad e identidad y responsabilidad empresarial. Se refuerza esta preocupación cuando se menciona, “un turista llegue con una persona y esa persona tal vez puede ser menor de edad, muchas veces ni se le pregunta por cédula para revisar si por lo menos es mayor de edad”. En términos de poder, esta omisión no es menos, el famoso término de “la vista gorda” puede transformarse en un mecanismo de reproducción de diferentes tipos de vulneraciones.

La complicidad se extiende a la movilidad y a la intermediación informal, “a veces lo que hacen es consultarles a los taxis…. por favor lléveme a este tipo de lugares” y “puede que esté vinculado al sector por qué al final de cuentas presta el servicio de transporte, pero de pronto no es tan sensible más que todo es por también obtener una retribución monetaria”. Estas citas muestran cómo el poder económico se traduce en micro incentivos como comisiones, propinas o acuerdos que convierten servicios cotidianos, públicos y parte del sector turístico en eslabones funcionales de una cadena de servicios más amplia asociada al turismo sexual.

Desde la discusión teórica, este hallazgo conecta directamente con lo planteado por Gallegos y López (2023), quienes señalan que el territorio turístico no se configura únicamente a partir de los espacios formales del turismo, sino que también se configura mediante redes informales de movilidad e intermediación que conectan la demanda con prácticas sexualizadas del espacio. En este sentido, los taxis no

operan sólo como medios de transporte, sino que también operan como actores territoriales que facilitan el acceso a zonas de tolerancia, espacios clandestinos o circuitos implícitos del destino, reforzando la organización espacial del turismo sexual. Así mismo, la presencia de estos intermediarios contribuye a la normalización del turismo sexual dentro del territorio, al integrarlo en dinámicas cotidianas aparentemente neutrales.

Esta lógica refuerza lo que Gallegos y López (2023) describen como una territorialización funcional del turismo sexual, donde la práctica se sostiene menos por estructuras visibles y más por la articulación silenciosa de actores que permiten su continuidad. En este marco, el poder no se expresa únicamente desde grandes estructuras económicas, hola si no a través de decisiones individuales mediadas por incentivos económicos mínimos, pero socialmente significativos

También hacen referencias a actores institucionales, “también hasta la misma policía puede estar involucrada en donde muchas veces haga la vista gorda frente a estas situaciones”. Sin afirmar generalizaciones, el dato es relevante porque ubica la discusión en un punto crítico, donde quienes deberían controlar y proteger pueden llegar a ser percibidos como parte del problema, la asimetría de poder se profundiza y la clandestinidad se fortalece.

Finalmente, los relatos incorporan la dimensión translocal y digital de estas redes, “hay unas cadenas de hoteles que o personas, por no decir hoteles, personas que están encargadas de pasar esta información a otras ciudades o países y se enlazan con ellos para con eso traer personas para que tengan pues, relaciones sexuales con personas de en este caso de Cali” y “y hemos también escuchado el uso de algunas redes sociales donde conectan los servicios, se hace todo el pago a través de internet, se pacta como si fuese un servicio normal. Vienen acá a la ciudad, llegan al hotel, traen a la persona y ahí se desarrolla toda la actividad”. Esto confirma que el poder no opera sólo en el espacio físico del destino; también circula por infraestructuras comunicativas que facilitan la demanda y oferta, reducen fricciones y encubren responsabilidades.

Incluso se menciona un hito contextual, “el año pasado con la Cop 16, sí, sí escuché que llegaban pues como gente que gente que venía de a participar del evento y preguntaba en los hoteles, porque pues yo tengo amigos que tienen hoteles y les

preguntaban directamente que si sabían dónde ubicar este tipo de mujeres". Lo cual sugiere que los grandes eventos pueden intensificar oportunidades de intermediación, ampliando el desafío para las políticas de prevención y control en temporadas de alta exposición internacional.

En conjunto, la discusión permite sostener que el poder hoy en el turismo sexual se expresa como un entramado de dominación económica y simbólica que transforma los cuerpos y relaciones en mercancía, pero que además se sostiene por mecanismos de clandestinidad, falta de regulación gubernamental Y complicidad. Por lo cual, el poder define "lo visible y lo oculto" del destino.

Los hallazgos sugieren que el reto no es sólo reconocer la existencia del fenómeno en la ciudad de Cali, si no intervenir sus condiciones de posibilidad y crecimiento, como la regulación efectiva, prevención basada en derechos, corresponsabilidad empresarial, control urbano y construcción de narrativas turísticas centradas en la protección de la dignidad humana.

2. Cultura.

La categoría cultura dentro del turismo sexual permite comprender que este fenómeno no se inscribe únicamente en dinámicas económicas o individuales, sino que se encuentra profundamente mediado por Marcos simbólicos, normas sociales y representaciones compartidas que orientan las formas de interacción entre turistas y comunidades locales. Desde esta perspectiva, la cultura opera como un sistema de significados que define lo aceptable, lo transgresor y lo negociable en el territorio turístico, influyendo tanto en las prácticas sexuales cómo en la forma en que estas son percibidas, toleradas o estigmatizadas dentro del destino.

Salazar (2006) propone entender la cultura turística como un proceso dinámico, resultado de interacciones continuas entre turistas y residentes, en el que se producen y reproducen discursos sobre autenticidad, deseo y diferencia. Para este autor, el turismo no sólo consume cultura, sino que la crea y la reconfigura, en la medida en que las comunidades locales se adaptan, reinterpretan o incluso transforman parte de sus prácticas culturales para responder a las expectativas extranjeras. En el contexto del fenómeno del turismo sexual, esta invención cultural adquiere una dimensión particular, ya que involucra representaciones del cuerpo, la sexualidad y la intimidad, que pueden entrar en tensión con normas morales y tradiciones locales.

Los hallazgos empíricos del estudio evidencian esta tensión a partir de la subcategoría sexualidad tradicional. Un entrevistado expresó de manera directa, “hetero, muy acostumbrados al sexo contrario”. Esta afirmación, aunque muy breve, revela la existencia de una norma cultural dominante que concibe la heterosexualidad como la forma correcta o “natural” y socialmente aceptada de la sexualidad. Desde la interpretación de la investigación, esta percepción sugiere que otras expresiones sexuales pueden llegar a ser vistas como algo incorrecto o “mal visto”, precisamente porque no hacen parte del repertorio cultural cotidiano de ciertos grupos sociales. Este análisis permitió comprender que la cultura no actúa únicamente como un marco pasivo, sino como un regulador qué influye en la visibilidad de determinadas prácticas sexuales dentro del turismo.

En este sentido, la sexualidad tradicional funciona como un filtro simbólico que delimita qué cuerpos, deseos e identidades pueden circular con mayor legitimidad en el destino turístico y cuáles quedan relegados a ámbitos de invisibilidad, clandestinidad o estigmatización. Esta regulación cultural no necesariamente se expresa mediante prohibiciones explícitas, sino que se expresa a través de juicios implícitos, incomodidades sociales y formas de discriminación normalizadas.

La investigación de Gallegos y López (2023) resulta especialmente relevante para profundizar en esta interpretación. A partir de su análisis territorial en Veracruz Boca del Río, los autores plantean que las prácticas asociadas al turismo sexual se configuran en la intersección entre cultura, espacio y relaciones sociales, utilizando la denominada trialéctica del espacio.

Desde esta perspectiva, las normas culturales existentes y las concepciones sobre sexualidad influyen directamente en la manera en que los actores se apropian del territorio, organizan los encuentros y perciben los límites entre lo permitido y lo prohibido. Así, la sexualidad tradicional no sólo es una creencia o valor, sino un elemento que moldea el uso del espacio turístico y las dinámicas de interacción entre turistas, residentes y trabajadoras sexuales.

Con base en lo anterior, la afirmación del entrevistado puede interpretarse como una expresión local de una estructura cultural mucho más amplia que condiciona la experiencia turística. La incomodidad y rechazo frente a prácticas sexuales no hetero normativas o no tradicionales no implica necesariamente su inexistencia, sino su desplazamiento hacia espacios más clandestinos dentro del territorio. De esta manera, la cultura contribuye a producir una geografía diferenciada del turismo sexual, donde ciertas prácticas se toleran de forma implícita siempre y cuando no desafíen abiertamente las normas culturales dominantes en el territorio.

Desde los enfoques críticos del turismo, se ha señalado que el turismo institucionalizado tiende a transformar culturas y territorios en objetos de consumo simbólico, reproduciendo relaciones desiguales de poder. En este proceso, la cultura local puede ser simultáneamente exaltada y simplificada, dando lugar a estereotipos

funcionales a la demanda turística. En el caso del turismo sexual, esto se traduce en una paradoja, mientras la sexualidad es mercantilizada y convertida en un atractivo turístico, las normas culturales tradicionales siguen operando como mecanismos de control social que delimitan qué formas de sexualidad son aceptables y cuáles deben permanecer ocultas.

Para entender muchísimo mejor esta paradoja, la investigación de Planas (2024) sobre la industria cinematográfica en el caribe aporta elementos clave desde la dimensión representacional. El autor demuestra cómo la cultura caribeña ha sido históricamente erotizada y deseada desde miradas externas, a través de estereotipos corporales, musicales y paisajísticos que refuerzan una imagen del territorio como un espacio destinado para el placer y el deseo exótico. Estas representaciones, aunque producidas en contextos mediáticos, influyen en las expectativas de los turistas y, por ende, en las prácticas que buscan experimentar en los destinos. Sin embargo, dicha erotización no elimina las tensiones internas, por el contrario, convive con las normas culturales locales que pueden rechazar o sancionar ciertas expresiones de la sexualidad.

Para este punto de la investigación, la sexualidad tradicional aparece como un elemento clave en la construcción de la imagen turística y la identidad del destino. Por un lado, contribuye a sostener una narrativa de “normalidad” cultural que protege los valores locales y refuerza su sentido de pertenencia. Por el otro, puede entrar en discusión con las representaciones externas que erotizan el territorio y demandan experiencias sexuales específicas. Esta tensión impacta directamente en la percepción del destino, tanto para los residentes como para los visitantes y turistas, generando ambigüedades en torno a lo que la ciudad puede ser o puede ofrecer.

Así mismo, la cultura, a través de la subcategoría de la sexualidad tradicional, incide en procesos de discriminación y exclusión en el destino. Cuando ciertas prácticas o identidades sexuales llegan a ser percibidas como fuera de lugar o inaceptables, se refuerzan estigmas que afectan no sólo a los individuos involucrados, sino también a la forma en que el destino es representado y gestionado. En este sentido, la cultura no solamente organiza significados, sino que también distribuye poder, definiendo

quiénes pueden ocupar el espacio turístico de manera legítima y quiénes quedan relegados a quedar en el anonimato.

Para finalizar, la discusión permite confirmar que la cultura desempeña un papel clave en la configuración del turismo sexual en el territorio, al operar como un marco interpretativo que articula normas, valores y representaciones sobre la sexualidad correcta e incorrecta. La sexualidad tradicional evidencia cómo estas normas influyen en la visibilidad de las prácticas sexuales, en la organización del territorio y en la construcción de su imagen turística. Más que un elemento fijo, la cultura parece desempeñarse como un campo de negociación constante, donde convergen expectativas externas, tradiciones locales y dinámicas de poder que, en última instancia, inciden en la identidad del destino.

3. Discriminación

La discriminación constituye una de las variables estructurales más relevantes para comprender el turismo sexual como un fenómeno social sumamente complejo, al momento de expresar desigualdades históricas, simbólicas y territoriales que se reproducen en los destinos turísticos, especialmente en contextos urbanos de países en desarrollo. En el marco de esta investigación, la discriminación se manifiesta como una forma de jerarquía social que va a través de los cuerpos, identidades sexuales, edades y condiciones socioeconómicas, situando a ciertos grupos poblacionales en posiciones de mayor vulnerabilidad frente a las dinámicas del turismo sexual.

Desde un enfoque crítico, Salazar (2006) plantea que el turismo genera y refuerza relaciones jerárquicas entre turistas y comunidades locales, otorgando a los turistas (especialmente los extranjeros) un estatus totalmente diferente al de la comunidad local, por el solo hecho de “no ser locales”. Esta jerarquía no es neutra, ya que clasifica, segrega y subordina culturalmente a las poblaciones locales del destino, creando escenarios en los que determinadas prácticas incluidas las sexuales, se consolidan desde la mirada externa, Mientras que los sujetos locales quedan reducidos a objetos de consumo, servicio o satisfacción sexual. En este sentido, la discriminación en el turismo sexual no opera únicamente como una forma de rechazo explícito, sino como un entramado de estigmatización, normalización y exclusión social que se inscribe en el territorio.

Gallegos y López (2023) Profundizan en esta idea al señalar que la discriminación asociada al turismo sexual se traduce en estigmatización social, exclusión territorial y violencia simbólica hacia quienes ejercen la labor sexual, teniendo un impacto significativo especialmente en mujeres cisgénero y mujeres trans. Desde su análisis espacial, estos autores evidencian como ciertas identidades y estereotipos corporales son toleradas únicamente en espacios específicos (zonas de tolerancia, bares y hoteles informales), Mientras que son rechazadas o excluidas en otros ámbitos urbanos. Esta segregación espacial refuerza lógicas discriminatorias que delimitan quién pertenece, quién circula y quién es considerado “aceptable” dentro del destino turístico.

Con base en lo anterior, Planas (2024) señala que los discursos mediáticos y turísticos desempeñan un papel protagónico en la reproducción de estas desigualdades, al reforzar estereotipos sexuales y raciales que erotizan ciertos cuerpos y prácticas, al tiempo que normalizan relaciones de poder profundamente asimétricas. La discriminación, por tanto, no emerge de manera esporádica, sino que se consolida como un pilar estructural del fenómeno del turismo sexual a través de representaciones que validan el deseo del turista y subordinan la dignidad de la población local.

En relación con la subcategoría homosexualidad, los discursos de los entrevistados evidencian una tensión constante entre reconocimiento, tolerancia y discriminación moral. Expresiones como “de hombre con hombres, mujer con mujer” o “han venido heterosexuales, homosexuales” muestran un reconocimiento explícito de la diversidad sexual presente en el turismo sexual y en el destino turístico de Cali. Sin embargo, este “respeto” no siempre se traduce en aceptación plena, como lo revela la frase “lo respeto, pero no lo comparto”, que refleja una postura de tolerancia condicionada, en la cual la diversidad es aceptada siempre y cuando no desafíe normas culturales profundamente arraigadas como, por ejemplo, besos o demostraciones de afecto entre personas del mismo sexo en público.

Este tipo de discursos coinciden con lo planteado por Salazar (2006), en cuanto a que las interacciones turísticas producen culturas no fijas sino negociadas, donde los valores locales entran en conflicto con las prácticas y deseos del turista. La homosexualidad, en este contexto, aparece simultáneamente como una expresión de apertura social y una diferencia que, lejos de ser neutral, puede convertirse en un factor de exclusión social o en un recurso dentro del turismo sexual.

Otros entrevistados refuerzan esta instrumentalización económica de la diversidad sexual, “muchachos bien, que, de la noche a la mañana, volteados, por dinero”. Esta afirmación pone en evidencia como una orientación sexual es percibida en ciertos casos, no como una identidad legítima, sino como una práctica inducida por la necesidad económica. Este apartado se articula con la variable pobreza, entendida como un factor que amplía la vulnerabilidad de hombres jóvenes frente a dinámicas

de explotación sexual y discriminación social, dónde su cuerpo se convierte en un recurso económico dentro del mercado del turismo sexual.

No obstante, también emergen discursos que reconocen transformaciones socio culturales más amplias, “pero también te encontrarás diversidades sexuales desde una persona que le guste a otros, digamos un hombre que busque otro hombre y es así, una mujer que busque otra mujer porque ya digamos la sociedad ya abrió la brecha. Como dicen, salieron del clóset literal” o “si usted es homofóbico, sale disparado”. Estas expresiones sugieren que el turismo, en algunos espacios específicos de la ciudad de Cali, ha contribuido a una mayor visibilidad y “normalización” de la diversidad sexual en la ciudad. Sin embargo, esta “normalización” no implica que no exista la discriminación, sino que toma una reconfiguración, las identidades sexuales diversas son aceptadas principalmente en contextos nocturnos, clandestinos, turísticos o de consumo, lo que coincide con lo planteado por Gallegos y López (2023) sobre la territorialización diferenciada de las prácticas sexuales.

En este sentido, la homosexualidad dentro del turismo sexual se entiende como una lógica ambigua, por un lado, amplía la oferta y demanda turística y por el otro refuerza estigmas que asocian la diversidad sexual con la prostitución y la marginalidad, consolidando formas de discriminación que persisten incluso en escenarios de aparente aceptación o apertura.

La subcategoría Escnna (explotación sexual de niños, niñas y adolescentes), destaca como la expresión más crítica y extrema de la discriminación en el ámbito del turismo sexual, al involucrar la vulneración de los derechos de niños, niñas y adolescentes. Los relatos de los entrevistados son sumamente contundentes al identificar la demanda como motor principal del fenómeno, “personas mayores vienen aquí a pasar con esas experiencias de esas niñas”, “turistas internacionales vienen en busca de, digamos, eh que nuestra niñas, niños o adolescentes presten un servicio sexual en función de satisfacer sus necesidades puntuales”. Estas citas evidencian una jerarquía radical de poder sobre edad, dónde los menores son reducidos a objetos de deseo y consumo sexual, despojados de su integridad y protección.

Desde el enfoque de Salazar (2006), esta situación refleja cómo el turismo puede profundizar en desigualdades preexistentes, aprovechando contextos de pobreza, vulnerabilidad, informalidad y exclusión social. La discriminación aquí no se limita a la edad, sino que se cruza con factores territoriales y socioeconómicos, como lo señala un entrevistado al mencionar barrios específicos de la ciudad de Cali, “además son niños que identifica que son de digámoslo de las ciudades como en Cali, que conozco mucho, también como el distrito de agua blanca, no, que hasta sus madres las obligan a ese tipo de negocio o aprenden el negocio”, lo cual refuerza la segmentación y estigmatización de ciertos territorios urbanos como espacios de vulnerabilidad y riesgo.

Los testimonios de los entrevistados también revelan una cadena comercial de complicidades que amplifica este tipo de discriminación, “un turista llegue con una persona y esa persona tal vez puede ser menor de edad muchas veces ni se le pregunta por cédula para revisar si por lo menos es mayor de edad, entonces no sé si dentro de ese tema están bien todos los moteles que, pues es otro tema, pues complejo ahí que, pues posiblemente haga parte de lo que es, o sea ayude a lo del turismo sexual y que pues se haga mucho más la vista gorda”, “Siempre va a haber un bar de este tipo de negocios y está el hotel que te recibe con la niña y el hotel gana, porque es que prácticamente eso se vuelve una cadena de el tema de comercio”.

Estas prácticas coinciden con lo planteado por Gallegos y López (2023), los cuáles señalan que la exclusión territorial y la violencia simbólica se sostienen mediante redes de intermediación que normalizan y promueven la explotación en determinados espacios urbanos. En este sentido, los relatos sobre las madres que inducen a sus hijas o hijos a estas prácticas de tipo sexual, “hasta sus madres las obligan a ese tipo de negocio”, Evidencian como la discriminación se internaliza desde los hogares, reproduciéndose en contextos de extrema precariedad.

Desde la perspectiva de Planas (2024), este tipo de situaciones se ven reforzadas por discursos turísticos y mediáticos que erotizan la juventud, la pobreza y la

exotización del territorio, normalizando la desigualdad y desdibujando los límites éticos del consumo turístico.

Finalmente, la referencia reiterada a redes sociales y trata de personas, “lo hemos escuchado de casos que han ocurrido en varias regiones de Cali, eh y cómo a través del uso de redes sociales, está generando unas prácticas pues ilegales donde se ha conducido engañado en muchos casos a niñas y a niños para que sean conectados con este tipo de redes criminales”, Muestra cómo la discriminación en el turismo sexual trasciende el espacio físico y se inserta en dinámicas digitales. Esto refuerza la idea de que el turismo puede ser instrumentalizado como fachada para actividades ilícitas, consolidando la Escnna como una problemática estructural más que como un hecho aislado.

En conjunto, la discusión permite afirmar que la discriminación en el turismo sexual opera en la ciudad de Santiago de Cali como un mecanismo estructural que clasifica, jerarquiza y vulnera cuerpos e identidades, reproduciendo desigualdades asociadas al género, la orientación sexual, la edad y el territorio. Estas dinámicas no se presentan de manera homogénea ni explícita, sino que se hacen presentes en prácticas cotidianas, discursos normalizados y formas de tolerancia social que configuran el funcionamiento del fenómeno en la ciudad.

Mientras que la homosexualidad evidencia formas de discriminación y aceptación condicionada, marcadas por el respeto discursivo pero la distancia moral, la Escnna representa la manifestación más grave y crítica del fenómeno del turismo sexual, al implicar la violación absoluta de derechos fundamentales y la instrumentalización de la infancia dentro de circuitos turísticos y comerciales.

Para finalizar en coherencia con los autores antes citados, los resultados sugieren que la discriminación no es un efecto colateral del turismo sexual, sino uno de sus pilares constitutivos, sostenido por discursos, prácticas y omisiones institucionales que legitiman la desigualdad, así abordar el turismo sexual desde una perspectiva crítica implica no sólo visibilizar estas dinámicas, si no cuestionar las estructuras que las producen y normalizan en el destino turístico.

4. Erotización

El análisis de la variable erotización consiste en el proceso por el cual la imagen del destino y de sus habitantes se transforma en un signo de deseo y consumo sexual, convirtiendo cuerpos y prácticas locales en mercancía simbólica dirigida a una clientela externa. Desde una perspectiva crítica, este fenómeno articula dinámicas económicas y representacionales que reproducen jerarquías entre emisores y receptores del turismo y configuran la manera en que un lugar es imaginado y consumido (Salazar, 2006). En línea con esta idea, Planas (2024) evidencia cómo las industrias culturales contribuyen a forjar narrativas que resaltan la sensualidad, los ritmos y los paisajes como vectores de un deseo exotizante. Heathcote (2025) Muestra que la construcción del deseo turístico se ve atravesado por marcadores raciales que orientan las preferencias y las prácticas del viajero, lo cual hace que la sexualidad del destino se vea también afectada por filtros de selección y fetichismo.

Los medios de comunicación contemporáneos y, en particular, las plataformas digitales y redes sociales juegan un papel central en este proceso. Según los testimonios recogidos, las redes sociales y los noticieros no sólo informan, sino que también moldean percepciones y amplifican escenarios que pueden convertir a la ciudad en un atractivo erótico. Un entrevistado sintetiza esta idea, “las redes influyen demasiado, pero de manera negativa están promoviendo al final de cuentas ese tipo de actividades” otro manifiesta la circulación de convenios en plataformas como Tik Tok, “sí he visto como en tik tok que hacen como propagandas de eso o algo así”. Estas observaciones confirman que los medios digitales funcionan como canales de promoción informal que reducen barreras para la demanda, facilitándoles la visibilidad y la comercialización de ofertas sexuales.

Planas (2024) Aporta herramientas analíticas para comprender por qué estos contenidos se visualizan, las representaciones mediáticas tienden a simplificar y dramatizar, con lo que construye un imaginario único del territorio como sitio de placer. En la práctica local esto se traduce en “reels” o vídeos cortos que muestran a mujeres en espacios públicos como si su presencia fuera, por sí sola, parte de la oferta turística, “y me ha tocado ver muchas publicaciones donde en vez muchas publicaciones, sobre todo en Medellín, videos reels donde en vez de resaltar otros

atractivos empiezan a grabar mujeres caminando por los parques en Medellín diciendo que esos son los planes por los que el turista quisiera ir, que si un turista internacional quiere enamorarse". Este tipo de producciones no sólo atraen audiencias; sino que también producen expectativas entre quienes viajan, que luego llegan al territorio y empiezan a generar presión sobre los comportamientos locales para poder cumplir con esas demandas guiadas por un estereotipo.

A diferencia de otros medios tradicionales, las redes sociales operan con lógicas de microeconomía de la atención, la viralidad premia lo sensacional, lo explícito y lo transgresor. Varias citas señalan con claridad esta idea, "muchas veces el mismo noticiero lo avisan" y "Si, los medios ahora influyen mucho en eso". En contextos en que la regulación de contenidos es deficiente, "los medios de comunicación son un riesgo o son una ventaja puede ser tu aliado, o tu peor enemigo, dependiendo hacia dónde se enfoque la información", Está cita advierte sobre un riesgo que corre la ciudad de Cali, que es que, episodios puntuales como escándalos, noticias sobre violencia, casos de explotación, etc. sean asociados a su marca, afectando negativamente la imagen pública y turística del destino.

Las evidencias cualitativas recogen una preocupación concreta, la capacidad que tienen las plataformas para facilitar el contacto con los demandantes, que terminan en explotación sexual. Varios testimonios describen como redes y grupos en línea sirven para ofertar servicios y organizar encuentros sexuales en la ciudad de Cali, "el uso de algunas redes sociales donde conectan los servicios, se hace todo el pago a través de internet, se pacta como si fuese un servicio normal. Vienen acá a la ciudad, llegan al hotel, traen a la persona y ahí se desarrolla toda la actividad". Por este sentido, la sexualización promovida por medios de comunicación no sólo produce imágenes, sino que también habilita circuitos operativos que reducen costos de intermediación entre la oferta y la demanda y que, peor aún, permiten prácticas ilícitas, incluyendo la implicación de menores de edad.

Las consecuencias para la imagen turística son duales y complejas. Por una parte, la exposición mediática de episodios conflictivos puede generar alertas internacionales que merman la confianza y la intención de visita por parte de los viajeros, "hay noticias que afectan. Por ejemplo, lo que ocurrió la semana pasada

con ese Glamping en Farallones” y por otra parte, La reproducción de estereotipos sexuales puede consolidar una marca implícita que atraiga a segmentos específicos de turistas, que en muchos casos puede que pase y no afecte a la llegada masiva de turistas generales; un fenómeno observado y debatido en literatura sobre destinos con reputaciones polémicas.

Esta ambigüedad resulta crítica para la gobernanza municipal, ya que, si la percepción negativa no reduce la demanda de ciertos nichos, fenómenos como el turismo sexual, seguirán creciendo, ya que no van a generar un estado de alerta para el turismo en general, por lo cual es necesario una estrategia proactiva de comunicación y regulación de este tipo de prácticas.

En el caso de la ciudad de Cali, los entrevistados sugieren un escenario de riesgo moderado, “si vos haces una estadística de análisis de noticias de red, vos no ves casi a Cali con ese tipo de marca. Digámoslo así de sticker, de sello, de impronta porqué, o sé si es que lo manejan muy bien las noticias o lo manejan muy cautelosamente ese tipo de negocios”. Por medio de este tipo de afirmaciones se llega a la conclusión de que la ciudad de Cali no exhibe una marca sexual tan evidente cómo otras ciudades, pero que con la amplificación digital y episodios puntuales pueden llegar a alterar su imagen turística con rapidez. Por eso, las voces consultadas proponen tanto responsabilidad ciudadana “el tema de la responsabilidad ya no recae en los en los medios de comunicación, sino en los ciudadanos que hacemos parte de esta linda ciudad” como intervenciones institucionales, capacitación del sector turístico, regulación del contenido publicitario y campañas que destaquen atributos culturales alternativos.

Finalmente, la discusión indica que la relación entre medios de comunicación, erotización y turismo sexual no se encuentra de manera lineal, más bien es una forma de ecología comunicativa donde la promoción, la demanda y la operación se retroalimentan unas a otras.

5. Pobreza

Los resultados obtenidos permiten afirmar que la pobreza se configura como una de las variables estructurales más determinantes en la comprensión del turismo sexual en la ciudad de Cali. Lejos de presentarse únicamente como una condición económica aislada, la pobreza se presenta como un entramado de desigualdades sociales, territoriales y simbólicas que condicionan las trayectorias de vida de quienes participan en este fenómeno, particularmente desde la oferta de servicios sexuales. En este sentido, la pobreza no sólo facilita la existencia del turismo sexual, sino que también lo sostiene y lo reproduce dentro del territorio.

Tal y como lo plantea Salazar (2006), en los países en desarrollo el turismo suele insertarse en contextos marcados por profundas asimetrías socioeconómicas, heredadas de relaciones históricas de dominación y dependencia. En estos escenarios, el turismo puede convertirse en una fuente de ingresos indispensable para sectores poblacionales que enfrentan limitadas oportunidades laborales. Los testimonios recogidos en esta investigación reafirman esta idea, al mostrar cómo la precariedad económica aparece de manera reiterada como una justificación explícita o implícita para la vinculación de personas al comercio sexual asociado al turismo.

Los hallazgos empíricos del estudio confirman esta relación estructural. Varios entrevistados asocian directamente la práctica de la prostitución con la necesidad económica, al señalar que “parte es la necesidad de la población más que del de las mujeres y jóvenes, ¿no? Porque también en eso hay pelados que están en eso de del de la sexualidad pues pagada”. Esta afirmación evidencia que el turismo sexual no se limita a una sola población, Si no que se amplía hacia distintos cuerpos que comparten una misma condición; la búsqueda urgente de ingresos en un entorno con pocas alternativas laborales formales.

No obstante, algunos participantes introducen matices importantes al afirmar que, “muchas veces podemos asociar la prostitución con pobreza, pero no necesariamente puede ser así”, reconociendo que existe un grupo reducido de personas que ejercen el trabajo sexual por decisión propia. Sin embargo, otro de los

entrevistados aclara que “puede que haya un segmento muy pequeño de personas que decidieron ser trabajadores sexuales por cuenta propia”, lo cual refuerza la idea de que la elección voluntaria es minoritaria frente a la presión estructural que impone la pobreza.

En concordancia con Gallegos y López (2023), la pobreza aparece tanto como origen como factor de expansión del turismo sexual, especialmente en contextos urbanos donde la precariedad laboral y la informalidad limitan las opciones de subsistencia. En la ciudad de Cali, esta dinámica se materializa territorialmente en zonas específicas donde la oferta sexual se vuelve visible y cotidiana.

Un entrevistado afirma que “por lo menos hay en partes que tú ves jovencita, por decir en el barrio obrero, en las esquinas ofreciendo sus cuerpos, lo que es el obrero y en las noches, la avenida sexta, uno las ve las jovencitas trabajando”. Esta cita muestra cómo el espacio urbano se convierte en escenario de supervivencia económica, donde la pobreza se traduce en presencia corporal constante en zonas de alta circulación turística.

Así mismo, la discusión empírica revela que el turismo sexual en Cali no se limita a la prostitución individual, sino que se articula con redes organizadas que capitalizan la vulnerabilidad económica. Uno de los entrevistados menciona que “pero no falta que obviamente las organizaciones que hacen parte del tema de la prostitución, de la trata de personas compren a los guías turísticos, a los agentes o hasta los mismos hoteles para que ellos hagan la vista gorda y que dejen pasar muchas situaciones de turismo sexual y pues otras situaciones ilegales”. Esta afirmación pone en evidencia que la pobreza no sólo empuja a las personas a ofrecer servicios sexuales, sino que también alimenta estructuras clandestinas que se benefician de dicha precariedad.

Desde la perspectiva de Lagunas (2010), esta dinámica puede leerse como una expresión contemporánea de dominación norte-sur, dónde el poder económico del turista se impone sobre cuerpos empobrecidos que ven en el intercambio sexual una forma de acceso a recursos económicos. Los relatos de los entrevistados refuerzan esta idea al describir cómo el turismo sexual se activa cuando “un turista

viaja a algún lugar exclusivamente a recibir experiencias sexuales", posicionando al destino como un espacio donde la pobreza local se convierte en un atractivo funcional para el viajero.

Dentro de la categoría de pobreza, la migración surge como una subcategoría clave que profundiza la discusión sobre pobreza y turismo sexual en la ciudad de Cali. Los entrevistados identifican que la llegada de población migrante, especialmente de mujeres extranjeras (venezolanas) sin documentación, incrementa las condiciones de vulnerabilidad. Un participante señala de manera explícita "con el ingreso de también de tanto extranjeras como las niñas venezolanas, que no ven más oportunidades porque no tienen la documentación, y las explotan en el restaurante, entonces ven la facilidad porque otra amiga le dijo "no amiga, esto es lo mejor, camina que acá en una noche nos ganamos lo que te matas ahí" y terminan en este tipo de negocio". Esta cita muestra cómo la pobreza se ve agravada por la condición migratoria, generando una doble exclusión, tanto económica como legal.

La migración, en este sentido, no actúa de forma aislada, sino que se inserta en un contexto urbano donde el acceso al trabajo formal está mediado por requisitos legales que muchas personas no pueden cumplir. Como resultado, la prostitución aparece como una opción inmediata frente a la urgencia económica, reforzando lo planteado por Gallegos y López (2023) Sobre el carácter estructural de estas decisiones en entornos hostiles.

Los entrevistados también vinculan la migración con redes más amplias de explotación y trata de personas. Se menciona que "yo creo que también dentro del turismo sexual debe estar todo esto lo que viene siendo el trato de Blancas, ¿no? La gente que por ejemplo llevan para México para que allá vaya a ser pole dance o trabajar en bares, toda la actividad económica que tenga que ver con no solo ya la prostitución, sino por ejemplo como las peladas que están en Holanda, que solo es la vitrina y ya, no es solo el acto de la prostitución" Forma parte de una cadena económica que trasciende el territorio local, pero que se nutre de la pobreza y la movilidad forzada. En este punto, Cali se configura como nodo dentro de circuitos más amplios donde el turismo funciona como fachada para actividades ilícitas. Además, los relatos evidencian que actores del sector turístico poseen un

conocimiento territorial profundo que facilita estas dinámicas. Se afirma que “ellos seguramente conocen cuáles son las zonas de Cali donde hay mayor afluencia o de mujeres o de hombres para poder realizar esas actividades de prostitución y seguramente los conectan y seguramente uno piensa que como eso es una red y detrás de esto hay obviamente unos tentáculos muy fuertes de empresas que tienen eh pues movilizan grandes capitales”, Lo que reafirma la idea de que la pobreza y la migración no sólo afectan a quienes ofrecen los servicios, sino que son instrumentalizadas por intermediarios que capitalizan la vulnerabilidad ajena.

Para finalizar, la discusión permite afirmar que la pobreza constituye un pilar estructural del turismo sexual, al generar condiciones de subordinación económica que empujan a distintos actores, entre ellos locales y migrantes, a participar en el intercambio sexual como estrategia de supervivencia. La prostitución y la migración no aparecen como fenómenos aislados, si no como expresiones interconectadas de un mismo entramado de desigualdad, precariedad laboral y ausencia de alternativas reales.

En consecuencia, la discusión permite sostener que la migración constituye uno de los ejes más críticos para comprender el turismo sexual en Cali, no sólo por su relación directa con la pobreza, sino porque visibiliza como el territorio turístico absorbe y reorganiza desigualdades sociales más amplias. Abordar esta variable implica reconocer que el turismo sexual no se explica únicamente por la demanda externa, sino también por condiciones internas de exclusión, informalidad y desprotección que afectan de manera diferenciada a la población migrante. Desde esta perspectiva, cualquier estrategia orientada a mitigar los impactos del turismo sexual en la imagen turística de la ciudad de Cali debe considerar la migración como un punto central de intervención, articulando políticas de inclusión laboral, regularización, protección de derechos y corresponsabilidad del sector turístico, para evitar que la pobreza migrante continúe siendo uno de los principales soportes silenciosos del fenómeno.

6. Identidad (Turismo Sexual e Imagen turística)

La identidad constituye una categoría central para el análisis del turismo sexual y la imagen turística, en tanto permite comprender cómo los destinos son representados simbólicamente y cómo las comunidades locales negocian, resisten o resignifican dichas representaciones. En el campo del turismo, la identidad se expresa a través de símbolos, memorias, monumentos, prácticas culturales y características físicas que representan a las personas y culturas que habitan un territorio. No obstante, cuando el turismo se inserta en estas dinámicas, la identidad local se ve atravesada por estereotipos de género, raza y cultura que transforman los cuerpos (principalmente femeninos) en parte de la oferta turística del destino.

Junto con el poder y la cultura, la identidad se configura como un pilar teórico fundamental para el análisis del turismo sexual, especialmente en países en desarrollo, donde la dinámicas turísticas en la nueva forma de identificación individual y colectiva. Salazar (2006); señala que la antropología del turismo debe analizar críticamente estas identidades emergentes, ya que no surgen de manera neutral sino en contextos de desigualdad, mercado y consumo simbólico en destinos fuertemente asociados al turismo sexual, la identidad local entra en conflicto con una imagen turística globalizada que tiende a simplificar, erotizar y mercantilizar las expresiones culturales.

Este conflicto entre identidad local e imagen turística globalizada es evidenciado por Justo Planas (2024), quién demuestra cómo la industria cinematográfica caribeña utiliza estereotipos corporales para convertir la identidad cultural en una representación de deseo y placer exótico. Desde esta perspectiva la identidad deja de ser una construcción vivida por la comunidad y se transforma una narrativa diseñada para el consumo turístico. En contextos extremos, como el caso de Tailandia, la identidad nacional ha llegado a verse profundamente comprometida por la reputación del turismo sexual, lo que ha llegado al estado a implementar estrategias de marca país orientada a posicionar la imagen turísticas de la cultura y no es de la sexualización del territorio.

En el caso de Cali, los relatos de los entrevistados evidencian una atención constante entre la identidad cultural de la ciudad y la posibilidad de que esta sea social el turismo sexual. Uno de los participantes menciona la migración como un factor relevante, señalando que “Cali se ha convertido en un atractivo turístico de Colombia de Sudamérica para los extranjeros”, lo cual es interpretado por la investigación como un elemento que facilita nuevas dinámicas sociales y turísticas, incluidas aquellas vinculadas a prácticas sexuales. La migración, en ese sentido, no solo transforma la composición social del territorio, sino que también incide en la forma en que la identidad local es percibida y resignificada.

La vida nocturna aparece como otro componente clave en la construcción identitaria de Cali. Una entrevista afirma que “Cali se conoce como una ciudad de rumba", lo que refuerza una imagen turística asociada a la alegría, el baile y el ocio nocturno. Desde el análisis, esta característica identitaria, aunque puede ser positiva en términos culturales, puede ser instrumentalizada por el turismo sexual, generando una superposición entre diversión nocturna y acceso a servicios sexuales. Esta situación evidencia cómo ciertos rasgos culturales pueden ser reinterpretados bajo lógicas erotizantes sin que ello represente necesariamente la identidad que la comunidad desea proyectar.

Varios entrevistados coinciden en que asociar a Cali con el "turismo sexual" resulta profundamente negativo para la imagen de la ciudad. Uno de ellos expresa “que es una mala imagen para la ciudad”, lo cual es interpretado como una defensa explícita de la identidad caleña frente a narrativas externas que buscan reducirla a un destino sexualizado. Esta postura se refuerza cuando otro participante afirma que ha recomendado a Cali porque “es una ciudad grande con fuentes de trabajo”, resaltando atributos urbanos y sociales que van más allá de cualquier asociación sexual.

El reconocimiento de Cali como la capital mundial de la salsa emerge de manera reiterada en los discursos. Un entrevistado señala que “ya como normalmente se le conoce como la capital mundial de la salsa y que está asociado con un turismo sexual le restaría puntos”, lo cual evidencia una apreciación clara de amenazas simbólicas. Desde la interpretación está afirmación refleja cómo es la identidad

cultural basada en la música, el baile y la alegría colectiva se encuentra en tensión con una posible imagen turística sexualizada que podría opacar estos valores.

Asimismo, varios participantes enfatizan que no existen informes que posicionen a Cali como una ciudad de turismo sexual. Se menciona que “a Cali viene gente por la cirugías estéticas, por la salsa”, lo que refuerza la idea de que la identidad turística de la ciudad se ha construido históricamente alrededor de experiencias culturales y de salud, más que en entorno a prácticas sexuales. Está percepción coincide con la interpretación de la investigación, que considera que el turismo sexual en Cali no alcanza un nivel de relevancia suficiente como para desplazar a otros atractivos identitarios del destino.

La salsa aparece como el principal elemento identitario en la experiencia turística. Un entrevistado afirma que “el mayor impacto turístico aquí en Cali es que vienen a ver bailar salsa y aprender a bailar salsa”, lo cual reafirma que la identidad cultural sigue siendo el eje central de la imagen turística. De igual manera, se resalta que la gastronomía y la alegría de la gente forman parte de lo identitario, fortaleciendo una narrativa positiva y resistente frente a estereotipos negativos.

Esta resistencia también se expresa en la percepción de la comunidad caleña como “radical y orgullosa" frente a su imagen turística. Según uno de los entrevistados, la gente no permite que " estos tipos de monumentos y sitios turísticos sean rasgados por ese modelo” lo cual es interpretado como una forma de protección simbólica de la identidad local. Desde el análisis, esta postura comunitaria actúa como un mecanismo de contención frente a la expansión del turismo sexual como narrativa dominante del destino.

Otro aspecto relevante es la distinción entre la imagen turística del territorio y la identidad de sus habitantes. Un entrevistado señala que, aunque una ciudad tenga una imagen negativa “ los caleños como tal van a conservar su ser su cultura”.
No obstante, en los discursos también se conoce la persistencia de imaginarios negativos asociados al narcotráfico. Se menciona que " todavía nos vendemos con Pablo Escobar, con las series, con las drogas” lo cual evidencia cómo ciertos relatos mediáticos continúan influyendo la imagen turística del país. Desde la interpretación

de la investigación, estos imaginarios conviven con el orgullo cultural, generando una identidad turística ambivalente donde coexisten memorias oscuras y expresiones culturales positivas.

Autores como Soto de anda y Cruz (2017) han demostrado que la identidad latinoamericana se ha construido en gran medida a partir de las dinámicas turísticas, estos aportes permiten comprender que la identidad no es fija ni homogénea, sino un proceso en constante transformación influido por el mercado turístico y las prácticas sociales que este promueve.

La discusión evidencia que la identidad, como categoría del turismo sexual y además turística, se configura como un campo de disputa simbólica. En Cali, la identidad cultural asociada a la salsa, la alegría, la gastronomía y el orgullo local se mantiene como el principal referente alemán turística, resistiendo una posible asociación con el turismo sexual. Sin embargo, la asistencia de estereotipos, la vida nocturna y las dinámicas migratorias generan tensiones que requieren ser analizadas críticamente. La entidad turística no solo representa una región y a su gente, sino que también propone como esas identidades son posicionadas en el escenario global y local, reafirmando la necesidad de una gestión turística que priorice la cultura y la dignidad por encima de narrativas sexualizadas del territorio.

5.5.2 Resultados y Discusiones de Imagen Turística en el Modelo Empírico

Este segmento muestra el resultado de discusiones con base a lo obtenido por las variables de autores y las citas de las entrevistas en las que se discutió todo el tema de la “imagen turística”, no solo eso, sino que también se documentó y se incluyó la conversación sobre las variables compartidas con el turismo sexual.

1. Percepción.

El análisis de los resultados permite identificar que la percepción constituye una categoría central para comprender cómo el turismo sexual es interpretado, normalizado o invisibilizado por distintos actores vinculados al sector turístico del contexto social de Cali. Lejos de ser entendido como un fenómeno homogéneo o abiertamente reconocido, el turismo sexual aparece en los discursos como una práctica existente pero difusa, cuya visibilidad, impacto reputacional y relevancia turística son percibidos de manera ambigua y en muchos casos, relativizada.

Una primera línea interpretativa dominante en los testimonios sostiene que el turismo sexual y la imagen turística de Cali son **fenómenos independientes.** Algunos entrevistados afirman que no son situaciones relacionadas o que son fenómenos independientes, lo que revela una percepción fragmentada del fenómeno turístico en la cual las prácticas sexuales remuneradas no se integran de manera explícita al imaginario del destino. Esta percepción se refuerza con la idea de que el turista “no viene directamente a buscar mujeres”, sino que en ocasiones pregunta de forma secundaria o indirecta por estos servicios, lo cual contribuye a minimizar su centralidad dentro de la experiencia turística general.

No obstante, otros discursos reconocen que, aunque no exista una relación directa, si se produce una vinculación indirecta entre turismo sexual e imagen turística. Esta percepción intermedia reconoce Cali, como destino turístico, puede ser instrumentalizada como una “plataforma” por organizaciones delictivas o redes informales que encuentran en el flujo de turistas una oportunidad para desarrollar actividades relacionadas con la prostitución y la explotación sexual. Sin embargo, incluso en este reconocimiento, se insiste en que el turismo sexual “no está arraigado" o " no es tan notorio” como para opacar o afectar de manera significativa la imagen turística de la ciudad.

Esta lectura se articula con una percepción reiterada sobre la identidad cultural caleña que a su vez se puede relacionar con el estudio de Castellanos (2022) que nombra a la percepción como una dinámica subjetiva dentro de lo cognitivo – afectivo, esta dinámica subjetiva puede ser apropiada dentro de la identidad que se tiene de Cali, la cual aparece como un elemento protector de la reputación de la

ciudad, Gallarza et al. (2020) también aportan que toda la correlación simbólica y física del territorio ya sea negativa o positiva es lo que llega a codificar la imagen turística ante las personas. Según las entrevistas, aunque sí está una imagen negativa social turismo sexual, esta no impacta directamente la percepción sobre los caleños como personas, quiénes son descritos como sujetos con una identidad cultural muy fuerte, vinculado a la salsa, la hospitalidad y la alegría. En este sentido, la percepción colectiva se para simbólicamente a la ciudad como destino turístico de las prácticas sexuales que allí puedan ocurrir, desplazando el problema de una esfera marginal o externa.

Otro hallazgo relevante es la **normalización del turismo sexual como fenómeno global,** lo cual influye de manera directa en la percepción de su gravedad o impacto local. Algunas frases como “eso es algo mundial", “eso pasa en todas partes" o “es un tema general de todas las ciudades" reflejan una percepción que diluye la responsabilidad local y sin duda el turismo sexual como una práctica extendida, casi inevitable, dentro de las dinámicas urbanas contemporáneas. Esta normalización contribuye a que el fenómeno sea percibido como parte del paisaje social, reduciendo su capacidad de generar alarma o un cuestionamiento entre aquellos.

Dentro de este mismo sentido, varios entrevistados señalan que, aunque exista conciencia colectiva sobre la presencia de las prácticas sexuales remuneradas e incluso algunos delitos asociados a estas, no son tan visibles ni reconocidas como en otros destinos turísticos. La invisibilización aparece como un mecanismo perceptivo clave: “sabemos que ocurre, pero no es tan visible". Esta percepción selectiva permite que el fenómeno coexista con la actividad turística formal sin generar rupturas significativas en la imagen del destino, especialmente para los turistas comunes, quienes según los entrevistados no toman decisiones de viajes basadas en la reputación sexual de la ciudad.

Así mismo, se evidencia que la percepción del turismo sexual está mediada por el voz a voz y la experiencia compartida entre los turistas y visitantes. Algunos actores consideran que el crecimiento de este tipo de turismo se produce a través de recomendaciones informales en las que se comparten experiencias y contactos, reforzando el carácter normalizado y no institucionalizado. Desde esa perspectiva, el

turismo sexual no se percibe como una estrategia turística planificada sino como una práctica paralela que se produce de manera informal y discreta.

En contraste con esta normalización, emerge una percepción crítica asociada a la educación como factor clave para la prevención y mitigación del turismo sexual. Los entrevistados coinciden en que la educación, tanto desde el hogar como desde el sistema educativo formal, constituye una herramienta fundamental para evitar que los niños, niñas y adolescentes vean en la prostitución una alternativa económica. Se dice que la falta de oportunidades educativas y laborales empuja a algunas personas hacia esas prácticas, mientras que el acceso a la formación académica y profesional amplía el horizonte de posibilidades y reduce la vulnerabilidad frente a la explotación sexual.

Esta percepción positiva sobre la educación se extiende también al sector turístico. Los participantes destacan la necesidad de capacitar a los actores del turismo en prevención de la explotación sexual comercial, especialmente en el marco de la ESCNNA. Desde esta mirada, hoteles, agencias de viajes, transportadores y otros prestadores de servicios turísticos no son percibidos únicamente como facilitadores pasivos, sino como actores con potencial para convertirse en agentes de prevención, siempre y cuándo cuenten con la información, sensibilización y protocolo adecuado.

Sin embargo, junto a esta expectativa normativa, los testimonios revelan una percepción persistente de complicidad e indiferencia por parte de algunos factores turísticos. Se mencionan experiencia en hoteles donde se controla el ingreso de personas, incluyendo menores de edad, así como la flexibilidad de moteles, discotecas y bares que permiten o facilitan encuentros sexuales. Está percepción se extiende a los taxis y servicios de transporte, identificados como intermediarios claves debido a su conocimiento territorial y su rol en la conexión entre la oferta y la demanda, aunque algunos entrevistados matizan esta complicidad señalando que, en muchos casos, se trata una transacción motivada por la retribución económica más que por una intención deliberada de facilitar delitos.

De igual forma se percibe que la informalidad y la falta de regulación fortalecen estas dinámicas. Operadores turísticos sin registro, hoteles informales y el uso de redes sociales para pactar servicios sexuales o interpretados como mecanismos que facilitan la reproducción del turismo sexual bajo una fachada turística. En este punto, la percepción del fenómeno se complejiza, a reconocer la asistencia de redes criminales que utilizan el turismo como cobertura para actividades ilícitas como la trata de personas y la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes.

Finalmente, eventos de Gran escala como la feria de Cali o la Cop16, refuerzan la percepción de que el turismo sexual se activa en contextos de alta afluencia turística, cuando algunos visitantes demandan información sobre servicios sexuales directamente en los hoteles. Este tipo de situaciones evidencian que, aunque el fenómeno no se ha percibido como central en la imagen turística de Cali, sí forma parte de una dinámica latente en la que emergen fenómenos específicos y ponen en tensión los discursos de negación y normalización.

Esta discusión muestra que la percepción del turismo sexual en Cali se construye a partir de procesos de normalización, visibilización y relativización, que permiten su coexistencia con la actividad turística formal sin que sea reconocido como un problema estructural de la imagen del destino. No obstante, esta misma percepción cambia con el reconocimiento de prácticas ilegales, redes informales y formas de complicidad que evidencian la necesidad de fortalecer la educación, la sensibilización y la articulación gubernamental como estrategias claves para transformarnos sobre las prácticas, sino también las percepciones que la legitiman o minimizan.

2. Estereotipo

El análisis desde las variables del estereotipo y la diversidad racial permite comprender cómo determinados imaginarios sociales y representaciones simbólicas influyen en la construcción de la imagen turística de los destinos. En este marco, el turismo sexual no se limita a una práctica económica social, sino que se configura como un fenómeno profundamente simbólico, donde los cuerpos, las culturas y los territorios son resignificados a partir de narrativas históricas, coloniales y racializadas que continúan reproduciéndose en la actualidad.

El estereotipo opera como una categoría central en esta discusión, en tanto actúa como mecanismo que simplifica, fija y generaliza atributos sobre determinados grupos sociales. Dentro del turismo sexual, estos estereotipos se intensifican, transformando a mujeres y hombres locales en cuerpos deseables y disponibles, y a los destinos turísticos en escenarios del anhelo sexual. Esta lógica simbólica impacta directamente la imagen turística, ya que desplaza otros valores culturales, sociales e históricos del territorio, forzando narrativa de erotización y dominación.

Gravari et al. (2017) Explican que ciertos destinos turísticos son históricamente trazados como territorios de turismo sexual, donde la imagen del turismo se construye con base a fantasías sexuales coloniales persistentes. Estas fantasías producen representaciones del “otro" como exótico, sensual y accesible, especialmente cuando se trata de cuerpos racializados. En este sentido, el estereotipo no surge de manera aislada, sino que se articula con procesos históricos de racialización que posicionan a determinados territorios y poblaciones como objetos de consumo simbólico.

En el caso de Cali, las entrevistas evidencian que la diversidad racial es un rasgo ampliamente reconocido del territorio. Expresiones como " negros, blancos, indios de todo ha venido” y la referencia constante a la migración dan cuenta de una ciudad configurada por múltiples grupos étnicos y culturales. Así mismo, se resalta que “Cali es una de las ciudades más culturales de etnia y demás" y que su cercanía con la región del Pacífico refuerza esta diversidad. Estas afirmaciones muestran que la diversidad racial es un elemento estructural de la identidad territorial.

No obstante, esta diversidad no siempre es interpretada desde una perspectiva intercultural. Algunos entrevistados señalan que ciertos turistas “buscan cómo las personas afro" y que ese interés “les llama la atención”, lo que evidencia cómo la diversidad racial puede ser reinterpretada a través de estereotipos sexuales. En este punto, la variable racial deja de operar únicamente como un atributo cultural y se convierte en un marcador de deseo, donde los cuerpos afrodescendientes son asociados a su sensualidad, erotismo y disponibilidad sexual.

Este fenómeno se vincula directamente con lo planteado por Kempadoo (2004), quién sostiene que el turismo sexual reproduce estereotipos raciales y de género, reforzando jerarquías coloniales en las que los cuerpos no blancos son construidos como naturalmente sensuales. Muñoz (2024) también habla sobre sobre esta idea al decir que los estereotipos dentro del turismo sexual no solo afectan a la representación de los cuerpos, sino que también reconfiguran la forma en que los territorios son vistos y consumidos.

La referencia recurrente a la “imagen que tiene el Pacífico y Cali” resulta clave en este análisis, ya que ponen manifiesto cómo la región es asociada a imaginarios específicos que propasan lo cultural. El Pacífico, históricamente racializado, ha sido representado como un territorio de cuerpos exuberantes, música, baile y sexualidad, lo cual facilita su incorporación en narrativas turísticas erotizadas. En ese sentido, el estereotipo racial no solo recae sobre las personas, sino también sobre el territorio, que es resignificado como un espacio propicio para experiencias sexuales.

Por otra parte, el estudio de Inmujeres México (2018) evidencia que muchas estrategias de marketing y publicidad turística perpetúan las representaciones sexualizadas, al no incorporar enfoques críticos sobre género y diversidad racial. Esta omisión contribuye a consolidar estereotipos que legitiman al turismo sexual, ya que refuerzan imágenes donde los cuerpos locales aparecen disponibles, deseables y subordinados. En ese sentido, el estereotipo no solo construye la imagen turística, sino que también válida prácticas concretas de consumo simbólico en el territorio.

Desde los relatos de los entrevistados, se observa una tensión constante entre el reconocimiento de la diversidad racial como cultural y su instrumentalización dentro del turismo sexual. Mientras algunos discursos resaltan que “Cali está lejos de ser asociada con el primo sexual” debido a su riqueza cultural, otros evidencian que esa misma diversidad es utilizada por ciertos turistas como un factor de atracción sexual. Está contradicción muestra como el estereotipo opera de manera transversal, incluso cuando no es reconocida explícitamente.

La discusión permite afirmar que la diversidad racial y el estereotipo son variables estructurales en las relaciones entre turismo sexual e imagen turística. La diversidad, lejos de ser neutral, es susceptible de ser reinterpretadas o lógicas erotizantes que reducen la complejidad cultural del territorio y recursos narrativos coloniales, sexistas y patriarcales. Los estereotipos raciales no solo afectan la representación del cuerpo, sino que también transforman el territorio en un escenario simbólico de deseo, legitimando prácticas de consumo que impactan negativamente la imagen turística que los destinos buscan proyectar.

3. Reputación.

La reputación de un destino turístico constituye un activo estratégico que se construye de manera colectiva a partir de experiencias compartidas, narrativas sociales y representaciones mediáticas que circulan en distintos espacios, tanto físicos como digitales. Delgado (2024) sostienen que la reputación del destino se configura mediante el voz a voz, los comentarios de redes sociales y los discursos mediáticos, los cuales influyen directamente en las decisiones de viaje. En ese sentido, la reputación no es un elemento estático, sino un proceso dinámico que se ve constantemente reconfigurado por las prácticas que ocurren en el territorio y por la forma en que estas son narradas y difundidas.

Porto (2023) complementa esta idea al señalar que la gestión estratégica de la reputación, especialmente a través de plataformas digitales, resulta muy fundamental para preservar la competitividad y la credibilidad de los destinos turísticos. No obstante, cuando el turismo sexual emerge como una práctica recurrente o visible, esta gestión se ve seriamente comprometida, ya que las narrativas asociadas a ilegalidad, inseguridad y criminalidad tienden a predominar sobre otros atributos positivos del territorio. Contreras (2021) agrega que la calidad del servicio forma parte esencial de la reputación, dado que se relaciona directamente con la fidelización y la experiencia del visitante, sin embargo, en contextos donde el turismo sexual se entrelaza con prácticas ilícitas, la calidad de servicio que ha subordinada dinámicas clandestinas que erosionan la confianza en el destino.

Desde esa perspectiva, los hallazgos empíricos evidencian que el turismo sexual actúa como un factor distorsionador de la reputación turística. Uno de los entrevistados afirma que este fenómeno “fomenta el tráfico de personas por medida sexual, incluso en muchas ocasiones sin el consentimiento de la otra persona”, lo que pone en manifiesto una asociación directa entre turismo sexual y trata de personas. Esta afirmación coincide con la interpretación de nuestra investigación, quién identifica el turismo sexual como un promotor del tráfico de personas y de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes, derivado de la búsqueda de satisfacción del deseo por parte de algunos turistas.

Henao (2024) demuestra cómo, en el caso de Medellín, las utilidades económicas generadas por el turismo sexual se contraponen a los graves problemas sociales y territoriales que éste produce, afectando de manera significativa la imagen internacional de la ciudad. Uno de los discursos más recurrentes en la entrevista se relaciona con el tema de la seguridad. Un participante señala que al recomendar Cali “más que todo sería como la seguridad, que, si salen pues que salgan en un grupo grande", lo cual es interpretado por el investigador como una advertencia que reduce la recomendación del destino a una condición preventiva. Esta situación evidencia como la reputación del territorio se ve condicionada por el miedo y la desconfianza, elementos que influyen negativamente en la decisión de viaje.

También, varios entrevistados mencionan la asistencia de redes clandestinas que articulan el turismo sexual con otros delitos. Se afirma que "las organizaciones que hacen parte del tema de la prostitución, de la trata de personas compran a los guías turísticos, a los agentes o hasta los mismos hoteles para que hagan la vista gorda". Esto revela una estructura compleja de intermediarios que facilitan el turismo sexual, lo cual es interpretado como una señal de corrupción e informalidad dentro del sector turístico. Desde el análisis de la investigación, esta situación pone en evidencia cómo algunos prestadores de servicios turísticos funcionan como fachadas de actividades ilícitas, aprovechando la falta de registros legales y la debilidad institucional.

La relación entre discotecas, prostitución y drogas aparece de manera reiterada en los relatos. Expresiones como " en las discotecas hay un reservado donde venden la droga" o “venden droga mujeres y alcohol" refuerzan la idea de que el turismo sexual no opera de forma aislada, sino como parte de un paquete de prácticas ilegales. Esta relación es interpretada por la investigación como una manifestación de organizaciones clandestinas que promueven esas actividades de manera conjunta, lo que incrementa el impacto negativo sobre la reputación de Cali.

El vínculo entre turismo sexual y violencia también resalta en las entrevistas. Un participante menciona que " detrás de eso viene la droga y la violencia, incluso ahorita en Medellín se ve que han matado extranjeros por robarlos o los drogan”. Aunque se reconoce que estos hechos han sido más visibles en otras ciudades, su mención contribuye a reforzar un imaginario de riesgo asociado al turismo sexual en

Colombia. Desde el análisis, estas narrativas alimentan alertas internacionales y discursos de seguridad que afectan la reputación de los destinos como lo menciona Delgado (2024).

Otro elemento Central es la trata de personas. Un entrevistaba afirmó que " dentro del turismo sexual debe ser todo esto que viene siendo la trata de blancas", ampliando la comprensión del fenómeno más allá de la prostitución legal. Esta edición coincide con la interpretación de la investigación, que considera que el turismo sexual se vincula con prácticas ilícitas y clandestinas que precarizan el trabajo sexual y atentan contra la dignidad humana.

También se destaca el peso de los imaginarios históricos en la reputación del destino. Un entrevistado afirma que “todavía nos vendemos con Pablo Escobar, con las series, con las drogas”, lo cual es interpretado como una crítica a la persistencia de narrativas asociadas al narcotráfico que continúa afectando la imagen turística del país. Este elemento refuerza la idea de que la reputación no solo se construye a partir de prácticas actuales, sino también de memorias colectivas que siguen siendo explotadas simbólicamente.

La discusión evidencia que la reputación turística se ve profundamente afectada por el sexual cuando este se articula con dinámicas de ilegalidad, inseguridad y criminalidad. Si es bien que algunos actores reconocen que en Cali hay fenómeno no alcanza los niveles de visibilidad de otros destinos, las narrativas asociadas a trata de personas, drogas violencia e informalidad general tensiones significativas en la construcción de la imagen turística. En consecuencia, la reputación del destino se configura como un campo de disputa entre los esfuerzos de gestión turística y las prácticas clandestinas que instrumentalizan el turismo como fachada de actividades ilícitas, comprometiendo la credibilidad y sostenibilidad del territorio.

4. **Territorio**.

El territorio entendido como categoría de imagen turística, trasciende la noción de espacio físico para configurarse como un entramado de significados, identidades prácticas sociales y relaciones de poder que se expresan en la forma en que un destino es vivido, narrado y presentado. Desde la perspectiva, la imagen turística no se construye únicamente a partir de atractivos materiales, sino también de las dinámicas sociales que ocurren en el territorio y que terminan influyendo en la representación simbólica ante turistas y residentes.

Haesbaert (2011) plantea que los territorios son variables, dinámicos y atravesados por procesos constantes de desterritorialización y territorialización. En el contexto de las dinámicas turísticas estos procesos se intensifican, ya que las prácticas turísticas redefinen los usos del espacio, resignifican lugares y transforman relaciones sociales persistentes. Esta dinámica se vuelve especialmente compleja en ciudades donde el turismo sexual se encuentra normalizado o naturalizado, dado que ciertas zonas urbanas comienzan a ser apropiadas y resignificadas casi exclusivamente desde esta práctica, alterando la imagen turística global del territorio.

Los relatos de los entrevistados evidencian esta transformación territorial. La mención recurrente de espacios específicos como “La 20”, el barrio obrero, la avenida sexta, Granada, el centro histórico y el bulevar del río pone de manifiesto que el turismo sexual no se distribuye de manera homogénea, sino que se concentra en zonas estratégicas de la ciudad. Un entrevistado afirma: " hay un sitio famoso que se llama la 20”, lo cual demuestra el reconocimiento social de este punto como un referente territorial del turismo sexual. Desde la interpretación del investigador, este conocimiento evidencia cómo ciertos lugares adquieren una identidad específica asociada a la prestación de servicios sexuales.

Está resignificación territorial también se refleja la naturalización de prácticas observadas en espacios turísticos, un participante menciona que: "en el barrio obrero, en las esquinas, ves jovencitas ofreciendo sus cuerpos” y que lo mismo ocurre “en las noches en la avenida sexta". Esta afirmación nos hace dar cuenta de una normalización del fenómeno en zonas que coinciden con corredores turísticos

de vida nocturna. En términos de Haesbaert (2011) esas prácticas pueden entenderse como procesos de Re-territorialización, donde el territorio está redefinido por usos asociados al turismo sexual, desplazando otras funciones simbólicas y culturales.

Hiernaux (2002) sostiene que el turismo transforma los territorios en recursos, convirtiendo identidades, culturas y prácticas comunitarias en productos de consumo. Esta lógica se hace evidente cuando los entrevistados relatan cómo algunos actores del sector turístico participan activamente en la dinámica del turismo sexual. Un transportador afirma que ha llevado turistas a esos lugares porque: “uno como transportador conoce esos sitios", confirmando su rol como intermediario entre la oferta y la demanda. Desde el análisis de la investigación, esta participación convierte a actores cotidianos del territorio en agentes claves de la reconfiguración espacial del turismo sexual.

Asimismo, se mencionan prostíbulos específicos como " La Uva” , " Caleñas” y " La Quinta” los cuales son descritos como muy conocidos dentro de Cali. Este reconocimiento colectivo refuerza la idea de que existen territorios claramente identificados para la práctica del turismo sexual, lo que contribuye a la consolidación de una geografía simbólica donde ciertos barrios y zonas están asociados casi exclusivamente con esta actividad. Un entrevistado advierte que si esta tendencia se intensifica " ya el turista no iría Cali sino como un burdel “lo cual evidencia el riesgo de una reducción simbólica del territorio a un único imaginario.

Nogué (2012) vincula de manera directa la identidad del territorio, señalando que la imagen turística se alimenta de los símbolos qué diferencian a las regiones. En este sentido, cuando el turismo sexual adquiere protagonismo en zonas emblemáticas, como los símbolos culturales, históricos y patrimoniales del territorio se ven tensionados. Varios entrevistados señalan que los lugares donde se presenta el turismo sexual coinciden con espacios altamente turísticos como el centro histórico, San Antonio, El bulevar, y plaza Caicedo punto uno de ellos afirma que “los lugares donde se presenta turismo sexual en Cali son dónde están los atractivos turísticos”, lo cual refuerza la idea de una superposición de entre turismo sexual y turismo cultural.

Está súper posición genera tensiones territoriales significativas. Desde la interpretación del investigador, la cercanía entre zonas de prostitución y espacios culturales producen conflicto en la experiencia turística, especialmente para aquellos visitantes interesados en conocer las ciudades desde una perspectiva histórica y patrimonial. Un entrevistado expresa que “estos sitios están muy cerca de museos y lugares culturales” y que esto puede resultar incómodo para el turista que “de verdad quiere ver algo”, ya que debe “lidiar con ese otro turismo". Esta situación evidencia como el turismo sexual puede opacar simbólicamente otros usos del territorio.

Por otro lado, los relatos también muestran que la demanda turística cumple un papel clave en la configuración territorial del turismo sexual. Un entrevistado señala que " la demanda turística es el cliente al cual queremos hacer llegar nuestra oferta” lo cual es interpretado por la investigación como una advertencia sobre la necesidad definir qué tipo de turismo se desea promover. La falta de planificación clara permite que la demanda orientada al turismo sexual encuentre fácilmente espacios dentro de la infraestructura turística existente, apropiándose de zonas con alta afluencia de personas, hoteles, bares y discotecas.

Eventos de gran escala, como la Cop16, también aparecen en los relatos como momentos donde se intensifica esta dinámica territorial. Se menciona que personas que asistían al evento " preguntaban en los hoteles dónde ubicar ese tipo de mujeres”, lo cual indica que incluso en contextos de turismo académico o institucional, el territorio es percibido como un espacio disponible para el turismo sexual. Desde el análisis, esto demuestra la profundidad con la que esta práctica ha permeado la imagen territorial de la ciudad.

Algunos entrevistados también coinciden en que la prostitución se concentra en zonas con alta afluencia turística y vida nocturna, como granada coma considerada la zona rosa de Cali. Se afirma que allí " encuentras de cualquier tipo de gustos” y que se ve mucho auge debido a la presencia de hoteles, discotecas y bares. Está concentración espacial confirma que el turismo sexual sigue patrones territoriales específicos, ligados a la infraestructura turística y a la movilidad de los visitantes.

No obstante, algunos discursos introducen un matiz importante al señalar que la comunidad caleña es muy radical y orgullosa frente a su imagen turística, lo que dificulta que el turismo sexual o para que completamente las identidades del territorio. Desde la interpretación de la investigación, esta postura refleja una resistencia simbólica frente a la apropiación del territorio por parte del turismo sexual, así como esfuerzos institucionales por combatir estas prácticas, especialmente en el centro histórico.

A pesar de ello, varios entrevistados reconocen que los turistas interesados en el turismo sexual pueden ser fácilmente direccionados por la propia comunidad hacia estos espacios, lo que demuestra que el conocimiento territorial está ampliamente difundido. Esta situación refuerza la idea de que el turismo sexual se sostiene gracias a una red compleja de actores y saberes territoriales que facilitan su operación.

En síntesis, la discusión evidencia que el territorio, como categoría de la imagen turística, se ve profundamente transformado por el turismo sexual punto a través de los procesos de desterritorialización, ciertos espacios de Cali han sido resignificados como zonas de acceso a servicios sexuales, generando tensiones con los usos culturales, históricos y patrimoniales del territorio. La superposición entre atractivos turísticos y prácticas de prostitución produce conflictos simbólicos que afectan la experiencia turística y la imagen del destino. En consecuencia, el territorio emerge como un campo de disputa entre distintos modelos de turismo, donde la planificación, la regulación y la identidad local juegan un papel determinante en la configuración de la imagen turística de la ciudad.

6. Recomendaciones

A partir de los resultados obtenidos y el análisis desarrollado en torno al impacto del turismo sexual en la imagen turística de Cali, se proponen las siguientes recomendaciones, orientadas tanto al ámbito institucional como al sector turístico y a la producción académica.

En primer lugar, se recomienda fortalecer la acción institucional desde un enfoque preventivo y de derechos humanos, especialmente en relación con las poblaciones en situación de vulnerabilidad. Los hallazgos tanto empíricos como de documentación previa evidencian que la pobreza y, de manera particular para la ciudad, la migración, constituyen factores estructurales que facilitan la vinculación de personas a redes de turismo sexual. En este sentido, es necesario avanzar en políticas públicas que promuevan la regularización laboral y migratoria, el acceso a oportunidades económicas formales y la articulación interinstitucional entre las entidades de turismo, trabajo, salud y bienestar social, con el fin de reducir los contextos que alimentan este tipo de prácticas.

En segundo lugar, se recomienda reforzar los mecanismos de regulación, control y corresponsabilidad dentro del sector turístico. Los resultados muestran la existencia de zonas grises asociadas a la tolerancia, la omisión y en algunos casos, la complicidad por parte de actores del sector como alojamientos, servicios de transporte y establecimientos nocturnos. Por ello se sugiere fortalecer la inspección y vigilancia en estos prestadores de servicios tan importantes para el sector, así como promover protocolos claros de prevención del turismo sexual y especialmente, de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNNA), acompañados de procesos de formación continua para los actores del sector turístico.

En tercer lugar, se recomienda impulsar estrategias de comunicación y gestión de la imagen turística que contrarresten los procesos de erotización y estigmatización del destino. Si bien Cali no es identificada abiertamente como un destino de turismo sexual, los discursos mediáticos y digitales tienen la capacidad de moldear la percepción y reputación de un territorio. Por esto mismo, se propone fortalecer narrativas turísticas centradas en la cultura, la biodiversidad, el deporte, la gastronomía y los eventos internacionales, evitando las representaciones que sexualicen cuerpos o territorios que puedan llegar a afectar la identidad de la ciudad.

Así mismo, se recomienda promover una mayor formación ética y social de los actores turísticos, reconociendo su rol como mediadores directos entre el destino y el turista. Guías turísticos, personal hotelero, operadores del servicio de transporte y operadores locales pueden convertirse en agentes clave de prevención, siempre y cuando cuenten con las herramientas necesarias para identificar riesgos, orientar a

los turistas y actuar frente a situaciones de vulneración de derechos, sin normalizar o ignorar el fenómeno del turismo sexual.

Finalmente, desde el contexto académico, se recomienda profundizar en investigaciones que integren de manera explícita el turismo sexual y la imagen turística en Colombia, dado el vacío identificado en la literatura. Futuras investigaciones podrían ampliar el análisis comparativo con otras ciudades colombianas, incorporar enfoques cuantitativos complementarios o profundizar en subcategorías como la migración, la racialización y la construcción de la reputación por medios digitales, con el fin de aportar evidencias sólidas para la toma de decisiones públicas y privadas.

Estas recomendaciones buscan contribuir a una gestión turística más responsable, que reconozca la complejidad del fenómeno del turismo sexual sin negarlo ni normalizarlo, y que priorice la protección de la dignidad humana y la sostenibilidad social de la ciudad de Santiago de Cali como un destino turístico responsable.

7. Conclusiones

El análisis crítico de la literatura permitió identificar que el turismo sexual ha sido abordado principalmente desde perspectivas sociales, culturales y económicas, se ha diseñado su estrecha relación con desigualdades estructurales, relaciones de poder y dinámicas de exclusión presentes en numerosos destinos turísticos, especialmente en contextos de países en desarrollo. Los estudios realizados coinciden en que el turismo sexual no constituye un fenómeno aislado, sino que se articula con procesos históricos de subordinación, erotización del territorio y precarización social, los cuales influyen de manera directa en la construcción de la imagen turística.

Asimismo, la revisión teórica evidenció que la imagen turística se ve afectada no solo por la existencia del fenómeno, sino por la manera en que este es percibido, narrado y reproducido a través de discursos mediáticos, prácticas institucionales y experiencias de los actores involucrados. En este sentido, el turismo sexual tiende a asociar el destino con estereotipos de vulnerabilidad, permisividad y explotación, hoy afectando su reputación y su identidad simbólica. Este primer objetivo permitió por lo tanto, establecer una base conceptual sólida que justificó la necesidad de analizar el impacto del turismo sexual desde una perspectiva relacional entre fenómeno social e imagen turística.

A partir del análisis de la literatura, se logró construir un modelo teórico que permite comprender el impacto del turismo sexual en la imagen turística desde un enfoque integral y no reduccionista. Dicho modelo articula variables estructurales, simbólicas y territoriales, como (poder, pobreza erotización, discriminación, estereotipo, percepción, reputación, cultura y territorio), las cuales interactúan entre sí y configuran los significados que se atribuyen al destino turístico.

El modelo propuesto se aleja de explicaciones lineales y reconoce que el impacto del turismo sexual no se manifiesta de manera inmediata ni homogénea, sino que se produce a través de procesos graduales de normalización, invisibilización, y acumulación de percepciones. En este sentido, la reputación funciona como resultado intermedio entre la percepción individual y la identidad turística del destino, permitiendo comprender cómo determinadas prácticas y discursos pueden

consolidarse simbólicamente con el tiempo. Este segundo objetivo permitió entonces, contar con una herramienta analítica coherente y adaptable, capaz de explicar el fenómeno desde múltiples dimensiones y de orientar al análisis empírico posterior

La aplicación empírica del modelo teórico en el contexto de Santiago de Cali permitió confirmar su pertinencia y capacidad explicativa. Los hallazgos obtenidos a partir de las entrevistas evidencian que las variables definidas en el modelo se manifiestan de manera concreta en el territorio, reflejando dinámicas locales de poder, pobreza, migración, erotización mediática, discriminación y uso diferencial del espacio turístico. En particular, se identificó que el turismo sexual en Cali opera de forma mayoritariamente clandestina, apoyándose en redes informales, vacíos institucionales y relaciones de intermediación que refuerzan la vulnerabilidad de ciertos grupos sociales.

La validación empírica también permitió reconocer que, si bien Cali no se posiciona abiertamente como un destino de turismo sexual, el fenómeno utiliza la ciudad como plataforma turística, influyendo de manera progresiva en la percepción y la reputación del destino. Así, el modelo permitió comprender cómo estas dinámicas no solo afectan a los actores directamente relacionados, sino que inciden en la imagen turística de la ciudad, tensionando su identidad cultural y sus esfuerzos de posicionamiento como destino diverso, cultural y sostenible. En consecuencia, este objetivo confirmó que el modelo teórico propuesto es útil para analizar el impacto del turismo sexual en contextos urbanos complejos como el de Cali.

8. Bibliografía

Andrade Suárez, M. J. (2011). *La formación de la imagen turística desde la perspectiva de la distancia cultural del viajero: Marco teórico y estudio de caso*. Estudios y perspectivas en turismo, 20(6), 1305–1326.

Castañeda Olaya, V., & Rochelle Brunken, T. (2024). Análisis de la percepción de los habitantes y prestadores de servicios turísticos sobre la incidencia del turismo en la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes en el área turística sostenible de La Candelaria, en Bogotá.

Cheong, S. M., & Miller, M. L. (2000). Power and tourism: A Foucauldian observation. Annals of tourism research, 27(2), 371-390.

Bandyopadhyay, Ranjan & Nascimento, Karina. (2010). 'Where Fantasy Becomes Reality': How Tourism Forces Made Brazil a Sexual Playground. Journal of Sustainable Tourism - J SUSTAIN TOUR. 18. 933-949. 10.1080/09669582.2010.497220.

Beerli, A., & Martín, J. D. (2004). *Factors influencing destination image*. Annals of Tourism Research, 31(3), 657–681

Congreso de la República de Colombia. (2005). Ley 985 de 2005: Medidas contra la trata de personas.

Congreso de la República de Colombia. (2006). Ley 1098 de 2006 - Código de la Infancia y la Adolescencia.

Congreso de la República de Colombia. (2018). Ley 1878 de 2018: Modificación del Código de la Infancia y la Adolescencia.

Contreras Castañeda, E. D. (2021). *La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: Una revisión desde Colombia*. Innovar, 31(81), 35–48.

Dean, L. A. (2022). Policy silences and the formation of advocacy coalitions in East European sex tourism. Policy Studies, 43(4), 877-896.

Djatola, H. R., Hilal, N., & Sutomo, M. (2025). How Destination Value and Tourist Engagement in Destination Image Affect Tourist Loyalty. ETIKONOMI, 24(1).

Departamento Administrativo de la Función Pública. (2025). Normativa gubernamental sobre función pública. i=172558.

Derechos Humanos, C. P. P. (2016). Análisis de la situación de explotación sexual comercial en Colombia: una oportunidad para garantizar la protección de niños, niñas y adolescentes. Organización Internacional para las Migraciones (OIM-Misión Colombia).

Echtner, C., & Ritchie, J. (2003). *The meaning and measurement of destination image*. Journal of Tourism Management.

El turismo sexual - Fundación Red. (2018). https://redcontraelabusosexual.org/el-turismo-sexual

Ferreira Marinho, M., & Cappellano dos Santos, M. M. (2011). *Representaciones sociales del fenómeno turismo sexual: Análisis de notas periodísticas*. Estudios y perspectivas en turismo, 20(5), 1020–1038.

Gallarza, M. G., Saura, I. G., & García, H. C. (2002). *Destination image: Towards a conceptual framework*. Annals of Tourism Research, 29(1), 56–78.

González, Francesc & Clavé, Salvador & Roca, Jordi & Gomis, Joan. (2024). Residents' place attachment and tourist sexual behaviour in a European coastal tourist destination. Journal of Place Management and Development. 17. 558-583. 10.1108/JPMD-04-2023-0033.

González Forte, M. (2021). *El turismo sexual, una realidad invisible entre lo personal y lo delictivo* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. UVaDoc.

Gutiérrez Ramírez, D. C., & Mejía Ama, J. R. (2016). Sexualidades marginalizadas: un acercamiento a la zona de tolerancia en Cali, 1960-1970. Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura, 43(1), 203-231.

Graburn, N. H. (1983). The anthropology of tourism. Annals of tourism research, 10(1), 9-33.

Gravari-Barbas, M., Staszak, J.-F., & Graburn, N. (2017). *La erotización de los lugares turísticos. Espacios, actores e imaginarios*. Via@Tourism Review, 11–12.

Haesbaert, R. (2011). *El mito de la desterritorialización: Del "fin de los territorios" a la multiterritorialidad*. Siglo XXI Editores.

Hart, C. (1998). *Doing a literature review: Releasing the social science research imagination*.

Henao Agudelo, J. D. (2024). *Turismo y sexo: entre los beneficios económicos, los problemas sociales y el control territorial en Medellín*. Revista Debates, 92, 45–68.

Hiernaux, D. (2002). *Turismo y territorio: Una reflexión desde la geografía*. Estudios y perspectivas en turismo, 11(1), 5–23.

Jiménez, O. G., & López, Á. L. (2023). Sexual tourism and territory: the lived space of sex workers in Veracruz-Boca del Río.

Kempadoo, K. (2004). *Sexing the Caribbean: Gender, Race and Sexual Labor*. Routledge.

Kotler, P., & Gertner, D. (2002). *Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective*. Journal of Brand Management, 9(4–5), 249–261. https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540076

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (2nd ed.). Sage Publications.

Lagunas, D. (2010). The Power of Money and the Power of Sex: Anthropology of Sexual Tourism. Perfiles latinoamericanos, 18(36), 71-98.

Luna Alfaro, Á. C., & Conde Romano, L. (2021). *Turismo gay y trabajo sexual en México. Una revisión bibliográfica y etnográfica*. Andamios, 18(47), 423–450.

Mashumba, L. (2025). Male Sex Workers as Situational Entrepreneurs: Exploring the Demographics, Motivations, and Practices of Male Sex Workers in the Tourism Industry in Botswana. Sociological Research Online, 30(1), 59-77.

Millán Delgado, O. (2024). *Redes sociales y la influencia en la decisión del destino turístico*. Cuadernos.info, 57, 1–20.

Muñoz Cano, S. M. (2024). *Estereotipos y representaciones sociales femeninas, a propósito del turismo sexual en la ciudad de Medellín-Antioquia* [Tesis de pregrado, Universidad de Antioquia]. Repositorio Institucional UdeA.

MacCannell, D. (2013). The tourist: A new theory of the leisure class. Univ of California Press.

Nava-Jiménez, C., Robles-Juárez, A., Roque-Rodríguez, B. I., & Vargas-Fonseca, B. M. (2018). *Investigación conceptual sobre turismo sexual*. Investigación y Ciencia, 26(75), 73–80.

Navarro, D. M. (2010). Imagen turística argentina: política turística como política exterior. Universidad del Aconcagua.

Nogué, J. (2012). *Paisaje, territorio e identidad*. Editorial Ariel.

Paredes, A. G., & Vela, M. R. (2024). Effects of emotional and cognitive response to Heritage on tourist destination image: a comparison of objective and subjective measures. Cuadernos de Turismo, (54), 99-127.

Planas, J. (2024). Caribbean Bodies of Global Desire: Tourism and Eroticism in Contemporary Cinema. Middle Atlantic Review of Latin American Studies, 8(1).

Porto Melero, P. (2023). *La gestión de la reputación online en empresas y destinos turísticos* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de las Illes Balears]. Repositorio UIB.

Pratt, S., & Suntikul, W. (2025). The experiences of nomadic sex worker tourists. Leisure Studies, 44(4), 625-639.

RAE, Diccionario de la lengua española (2001) RAE - ASALE. “Diccionario de La Lengua Española (2001)./imagen/Real Academia Española

RAE. (2017). Definición de turismo sexual - Diccionario panhispánico del español jurídico - RAE. Diccionario Panhispánico Del Español Jurídico - Real Academia Española.

Ryan, C., & Hall, C. M. (2001). *Sex tourism: Marginal people and liminalities*. Channel View Publications.

Salazar, N. B. (2006). The anthropology of tourism in developing countries: A critical analysis of tourism cultures, powers and identities. Tabula Rasa, (5), 99-128.

San Martín Gutiérrez, H. (2005). *Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción* [Tesis doctoral, Universidad de La Laguna]. Dialnet.

Sánchez Castellanos, S. M. (2022). *El estudio de la imagen en turismo: Una aproximación a sus principales definiciones*. Revista Turismo y Patrimonio, 20(1), 45–58.

Soto de Anda, L. A., & Cruz Jiménez, G. (2017). *Turismo e identidad en Iberoamérica: Estado del arte desde los estudios turísticos*. Rosa dos Ventos, 9(4), 569–588.

Spradley, J. P. (1980). *Participant observation*. Holt, Rinehart and Winston.

Tholhah, T., & Wafa, S. N. (2024). Thailand’s Strategy to Change the Image of Sex Tourism Through Gastro Diplomacy in 2017-2020. Journal of Islamic World and Politics, 8(2), 151-166.

Ulema, Sevki & Kiper, Vahit. (2021). A semiotics view through objectification of females in tourism related advertisements. International Journal of Tourism Anthropology. 8. 148. 10.1504/IJTA.2021.10039116.

Van Broeck, A. M., & López, Á. (2015). *Turismo y sexo: Una reflexión teórica desde el homoerotismo y el espacio*. Estudios y perspectivas en turismo, 24(4), 678–693.

Va, H. Q., Song, B., Li, G., & Law, R. (2025). Exploring emotional aspects of travel concepts via travel photos based on contrastive language-image pretraining. Tourism Management, 108, 105117.

Williams, E. L. (2014). Sex work and exclusion in the tourist districts of Salvador, Brazil. Gender, Place & Culture, 21(4), 453-470.

Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods, 18*(3), 429–472.

9. Anexos

1. Anexo (transcripción de entrevistas).

Entrevista documento final.docm

2. Anexo (matriz análisis de citas)

Análisis e interpretación EXCEL.xlsx

3. Entrevistas semi - estructuradas

Análisis de percepción sobre la imagen turística de Cali (Entrevistas Semiestructuradas)

(TURISTAS)

Sexo: ☐ Masculino ☐ Femenino ☐ Otro ☐ Prefiero no decirlo

Nacionalidad: _____. Lugar o ciudad de origen _____.

Motivo principal de su visita a Cali: ☐ Turismo ☐ Negocios ☐ Visita familiar ☐ Otro: _____

¿Cuántas veces ha visitado Cali anteriormente? ☐ Primera vez ☐ Segunda vez ☐ Tercera vez ☐ Cuatro o más

1.¿Tiene conocimiento sobre el turismo sexual en Santiago de Cali?

2. ¿Ha observado prácticas de turismo sexual en las zonas turísticas de Santiago de Cali?

3. ¿Ha observado turistas buscando experiencias relacionadas con el turismo sexual'

4. ¿Considera que la pobreza podría facilitar el crecimiento del turismo sexual en Santiago de Cali?

5. ¿Considera que la falta de regulación gubernamental influye en la proliferación del turismo sexual en Santiago de Cali?

6. ¿Considera que el turismo sexual influye en la percepción turística de Santiago de Cali?

8. ¿Considera que el turismo sexual opaca los atractivos culturales, históricos y naturales de Santiago de Cali?

9. ¿Considera que la asociación de Santiago de Cali con el turismo sexual afecta la reputación internacional de la ciudad?

10. ¿Cree usted que el turismo sexual proyecta una imagen negativa de los caleños ante visitantes extranjeros?

11. ¿Cree usted que el turismo sexual disminuye el atractivo de Santiago de Cali como destino para el turismo familiar?

12. ¿Cree usted que la imagen turística de Santiago de Cali debería centrarse en su cultura, música y gastronomía más que en el turismo sexual?

13. ¿Cree usted que los medios de comunicación y redes sociales pueden promover una imagen de Cali vinculada al turismo sexual?

14. ¿Considera que la existencia del turismo sexual puede llegar a limitar las oportunidades de posicionar a Cali como un destino de turismo sostenible y responsable?

15. Para usted la imagen de turismo sexual en Santiago de Cali afecta mi intención de regresar de vacaciones a este destino?

16. Para usted la imagen de turismo sexual en Santiago de Cali me hace pensar en nunca volver a este destino turístico.

17. Para usted la imagen de turismo sexual de Santiago de Cali me hace pensar en no recomendar este destino turístico a familiares y amigos?

18. ¿En sus palabras y con sus conocimientos que campañas de sensibilización implementará para reducir el impacto del turismo sexual en la ciudad de Santiago de Cali?

¡MUCHAS GRACIAS!

(SERVIDORES DEL SECTOR TURÍSTICO)

1. ¿Tiene conocimiento acerca de la explotación sexual de niñas, niños y mujeres? ☐ Sí ☐ No

Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿puede explicar qué es para usted la explotación sexual comercial de niñas, niños y mujeres? (Respuesta abierta)

2.¿Tiene conocimiento de sí sucede en Cali? ☐ Sí ☐ No

¿De qué forma cree que se da en Cali?

3. ¿Qué factores cree que podrían facilitar el turismo sexual en Cali?

4.¿Cree que la pobreza y falta de oportunidades en las comunidades vulnerables de Cali sea un factor determinante en el turismo sexual?

5.¿Cree que la falta de regulación gubernamental es un factor determinante en el turismo sexual? ☐ Sí ☐ No

6. ¿Ha observado que prestadores de servicios turísticos faciliten el turismo sexual en Cali? ☐ Sí ☐ No

7. ¿Qué otros actores consideran que podrían facilitar el turismo sexual en Cali?

8. ¿Los turistas que visitan su establecimiento han solicitado información o facilidades sobre servicios sexuales relacionados con el turismo? ☐ Sí ☐ No

En caso de que su respuesta sea afirmativa, ¿Qué tipo de turista ha hecho estas solicitudes? (Respuesta abierta: Nacional / Internacional / Ambos)

9.¿Cómo describiría usted la imagen turística de Cali actualmente?

☐ Positiva ☐ Neutra ☐ Negativa

10.¿Qué aspectos cree que más representan a Cali como destino turístico?

☐ Cultura y salsa ☐ Gastronomía ☐ Naturaleza y paisajes ☐ Vida nocturna ☐ Otros (especifique)

11. ¿Cree que el turismo sexual influye en la forma como nacionales y extranjeros perciben la ciudad como destino turístico?

12. ¿Si llegara a escuchar que Cali es un destino asociado al turismo sexual, ¿cómo cree que eso afectaría su decisión de visitarla o recomendarla como destino turístico?

13. ¿Considera que los medios de comunicación y redes sociales han influido en la relación entre la imagen turística de Cali y el turismo sexual?

14. ¿Cree que el estereotipo del “cuerpo latino” o la percepción de las mujeres caleñas como atractivas y sensuales influye en la forma en que los turistas perciben la imagen de Cali y los motiva a buscar experiencias relacionadas con el turismo sexual?

15.¿Piensa que la asociación de Cali con el turismo sexual puede opacar otros atractivos turísticos de la ciudad?

16. En su opinión, ¿el turismo sexual y la imagen turística de Cali están relacionados de manera directa?

¡Muchas Gracias!.

(HABITANTES DE CALI)

1. ¿Cuánto tiempo lleva viviendo en Cali?
2. ¿Tiene conocimiento sobre el turismo sexual en Cali?
3. ¿Qué entiende usted por el turismo sexual?
4. ¿De qué manera cree que se puede manifestar este tipo de turismo en Cali?
5. ¿Qué factores cree usted que facilitan la existencia del turismo sexual en Cali?
6. ¿Cree usted que el turismo en general influye o facilita el turismo sexual en Cali?

- Si su respuesta es afirmativa:

a. ¿Por qué considera que el turismo facilita el turismo sexual en Cali?

b. ¿De qué manera cree que las actividades turísticas pueden estar relacionadas con estas prácticas?

9. ¿Ha evidenciado o escuchado sobre casos o lugares donde se presente el turismo sexual en Cali?

10. A continuación, le realizaré unas preguntas. Por favor indique si considera que la situación ocurre o no y justifique su respuesta:

1. ¿Cree que algunos turistas vienen a Cali con el fin de participar en actividades de turismo sexual?
2. ¿Cree que algunas empresas de servicios turísticos como (hoteles, bares, discotecas, agencias o guías) facilitan o promueven o ignoran la práctica del turismo sexual?
3. ¿Qué otras personas o actores consideran que pueden facilitar o participar en esta actividad?
4. ¿Considera que la práctica del turismo sexual puede afectar la imagen turística de Cali tanto nacional como internacionalmente? ¿De qué manera?
5. ¿Usted recomendaría a Cali como destino turístico?

¡Muchas Gracias!