



COODTUR IV

**Turismo, desarrollo territorial,
innovación y gobernanza,
¿hacia dónde vamos?**

1, 2, 3 y 4 de octubre del 2019



UNIVERSITAT
ROVIRA I VIRGILI



coodtur

RED INTERNACIONAL DE INVESTIGADORES
EN TURISMO, COOPERACIÓN Y DESARROLLO



Editado por Marta Nel-lo Andreu y Pablo Martínez Riquelme
Coordinado por Alba Font Barnet
Imagen de la cubierta de Alba Font Barnet

ISBN (URV): 978-84-8424-866-8
ISBN (UFRO): 978-956-236-394-5

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 444 Castro Street, Suite 900, Mountain View, California, 94041, USA.

ÍNDICE

Presentación

Comité científico y Organización

MESA 1. TEORÍA E INVESTIGACIÓN EN TURISMO

- 1.1. Barómetro turístico: la satisfacción del turista en La Paz
Plácido Roberto Cruz Chávez, Judith Juárez Mancilla, Gustavo Rodolfo Cruz Chávez,
Alberto Francisco Torres García
- 1.2. Diseño de un sistema de alerta para el capital intelectual, de las Agencias de Viajes. Caso San Martín de los Andes
Gabriela Marenzana, Lorena Lombardo, Cynthia Abraham
- 1.3. Una revisión de la literatura de los procesos de calidad en un establecimiento de hospedaje: adaptación y competitividad turística
Emiliano López- Gutiérrez, Cesar Maldonado Alcudia, Guadalupe Ortega Ramírez
- 1.4. Estructura operativa de rescates y salvatajes en montaña, caso de estudio región metropolitana
Alicia Fernández Briones, Pablo Rebolledo Dujisin

MESA 2. TURISMO, DESARROLLO TERRITORIAL Y GOBERNANZA

- 2.1. Ordenamiento Territorial y Turismo: problemas y desafíos en zonas precordilleranas lacustres
Marisela Pilquimán Vera, Gustavo Cabrera Campos, Patricio Tenorio Pangui
- 2.2. Potencialidad Turística y Puesta en Valor de los Hallazgos Arqueológicos Incas en un Santuario de Alta Montaña en la Provincia de Salta - República Argentina
Carlos Francisco Sánchez
- 2.3. Patagonia Termal, construcción del primer destino turístico inteligente en Chile
Marcel Sorhaburu Alcocer
- 2.4. Diseño e implementación de un modelo para el fortalecimiento de la gestión turística municipal: La distinción de municipalidad turística
Marcel Sorhaburu Alcocer
- 2.5. La estructura político - administrativa y la gestión territorial, espacios en tensión: una aproximación a través del turismo en el Parque Nacional Puyehue
Claudio Rosales Urrutia

- 2.6. Los impactos del turismo en Tupungato: una mirada sustentable
Germán Eduardo Herrera, Alexis Paolo Pucillo, Eleonora Mamani
- 2.7. El papel de las tecnologías big data basadas en la movilidad para la detección y anticipación de escenarios de saturación turística y turismofobia en destinos
Juan Carlos Sánchez Figueroa
- 2.8. Vigilancia tecnológica y tendencias globales del sector turismo. Un instrumento de prospectiva para la toma de decisiones de actores locales
Ronald Kliebs Yáñez
- 2.9. Participación de la comunidad local en la gestión turística del Parque Nacional Cerro Castillo y su zona aledaña - Patagonia Aysén, Chile
Camila Salas Ojeda, Guillermo Pacheco, Adriano Rovira
- 2.10. Turismo, tantos desafíos para tantas oportunidades, territorio y gobernanza de destinos
Pedro Burgos Vásquez
- 2.11. La “Ruta Macondo” en el Caribe colombo-venezolano. Efectos del desarrollo turístico-cultural en la salud y bienestar regional
Luis Rubén Pérez Pinzón
- 2.12. Turismo, paisaje y gobernanza. Un nuevo modelo territorial en la comarca de El Priorat (Cataluña)
Sergi Saladié Gil, Alba Font Barnet
- 2.13. Desarrollo del turismo industrial en la localidad de Coya: escuela de orfebres del cobre. Comuna Machalí, Región O’Higgins, Chile
Marcia Ivonne Lara Silva
- 2.14. Turismo cultural en Colombia, identidad y puesta en valor de su patrimonio para el mundo
Claudia Patricia Rodríguez Zárate
- 2.15. Revisión de los Sistemas de Información en la planificación turística
Marcel Sorhaburu Alcocer

MESA 3. TURISMO Y SUSTENTABILIDAD EN ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS

- 3.1. Diagnóstico de la de degradación de atractivos turísticos naturales y estrategias de mitigación para el municipio de Tena en la provincia del Tequendama
Martha Cecilia Aldana Ortiz

- 3.2. El Ecoturismo como estrategia para el desarrollo Socioambiental en el marco de la región administrativa de planificación especial (rape) - Colombia
Maritza Real An, Iván Fernando Amaya Cocunubo

- 3.3. Impacto del turismo sustentable en el arrecife coralino mas septentrional del Pacífico oriental
Oscar Arizpe C., Judith Juárez M.

- 3.4. Interpretación ambiental en áreas protegidas: Un campo de acción para los Licenciados en Recreación y Turismo
Astrid Bibiana Rodríguez Cortés, Liliana Maribel Mora González

- 3.5. Buenas prácticas de sostenibilidad turística para la conservación de la Reserva Tahamíes ubicada en el municipio de Guarne Antioquia
Cindy Marcela Ossa Cardona

- 3.6. Turismo comunitario y políticas públicas turísticas en Ecuador: un análisis de las comunidades de nacionalidad Waorani en el Parque Nacional Yasuni
Angélica Calle Calderón, Marcela Costa Bifano de Oliveira, Marcow Rodríguez Sandoval

- 3.7. La belleza escénica como un servicio ecosistémico en un Área Silvestre Protegida. Caso de estudio: Parque Nacional Conguillío
Sandra Fernández Alberti, Alejandro Ramón Espinosa Sepúlveda, Javiera Zúñiga Prieto

- 3.8. Viajeras y trabajadoras: reflexiones sobre la participación femenina en el turismo en áreas protegidas en Colombia
Leidy Johana Ariza Marin

MESA 4. INNOVACIÓN, COMPETITIVIDAD Y ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

- 4.1. Analisis comparativo de las plataformas de alojamiento Airbnb, Booking y Expedia en Cuenca (Ecuador)
Silvana Astudillo, Ana Serrano, Vanessa Riera, Wilson Sánchez
- 4.2. Competitividad de las Empresas Turísticas Receptoras en Ceará-Brasil
Myrtis Arrais de Souza
- 4.3. Competitividad de los destinos turísticos en el Territorio Digital
Marcelo Mancini, Claudia Toros Scorians, Carlos Espinosa y Martín Herrero
- 4.4. La comunicación estratégica y el capital intelectual en la empresa hotelera
Jesús Manuel Cázares López, Ana María Larrañaga Núñez
- 4.5. Ruta del Café para el desarrollo turístico de la Provincia de Loja - Ecuador
Christian Viñán-Merecí, Estefanía Sánchez-Cevallos, Natalia Bustamante-Sánchez
- 4.6. Riqueza arqueológica del estado de Nayarit, México: ¿un legado por aprovechar como turismo alternativo?
Antonio Romualdo Márquez González, Héctor Ramón Ramírez Partida, Rodrigo Espinoza Sánchez
- 4.7. Ciclopista Solar Durán-Santay-Guayaquil CPS-DSG, como propuesta de Turismo Sostenible Inteligente, para el área de influencia de La Isla Santay
Gorki Aguirre Torres, Carlos Cabrera Noboa
- 4.8. Diagnóstico de los recursos intangibles del capital intelectual de un destino turístico desde la perspectiva de la innovación. Caso: San Martín de los Andes, Patagonia Argentina
Fabiana Quadrini, Cynthia Abraham y Patricia Hernandez
- 4.9. La Cultura como fuente de Innovación de los Productos Turísticos
Javier Lefiman
- 4.10. Turismo de reuniones: una estrategia de innovación para la diversificación de la oferta de productos turísticos en los cabos B.C.S Mexico.
Angélica Montaña Armendáriz, Juan Carlos Pérez Concha, Reyna Yanell Rivera Rodríguez
- 4.11. El modelo de medición de capital intelectual hotelero (Ther) en el sector alojamiento de la ciudad de San Martín de los Andes- Patagonia-Argentina
Lorenna Lombardo, Cristian Falquemberg, Gabriela Marenzana, María Alejandra Gazzera

4.12. Aspectos Claves para lograr la eficiencia energética en cabañas hoteleras. Un diagnóstico para un caso concreto

Dabruzzo Valeria Rocio

4.13. Dinamización del Sistema de innovación del valle del Huyo-Cusco como destino ecoturístico: una discusión conceptual

Bernardo Alayza, Miguel Hadzich, Úrsula Harman, Victor Ramos

MESA 5. TURISMO EN ESPACIOS URBANOS Y RURALES

5.1. Santa Fe de Antioquia (Colombia), ¿destino de posturistas o de turistas de masas? Análisis sobre las implicaciones territoriales de sus servicios y productos turísticos

Eliqn Muñoz

5.2. Una mirada al turismo rural y desarrollo sustentable en comunidades rurales complementado el CITUDES

Marcela Vargas Sibaja

5.3. Marichiwew: al rescate del patrimonio histórico y turístico en la ciudad de Purén. Región de la Araucanía, Chile

José Marcelo Bravo Sánchez, Bruno Perelli Soto, Ruddy Zúñiga Oetiker, Anastasia Campan Gnecco

5.4. Desarrollo de pequeños destinos turísticos a través de su patrimonio. Caso de estudio: turismo rural gastronómico en Tomás Jofré, provincia de Buenos Aires, Argentina

María del Rosario Conde, Daniela Thiel Ellul

5.5. Turismo comunitario como estrategia de reactivación económica en la comunidad de San Antonio, Baja California Sur

Javier Alberto Arce Meza, Alberto Francisco Torres García, Gustavo Rodolfo Cruz Chávez

5.6. Espacios Protegidos y Paisajes en Costa Rica: Relaciones con la actividad turística

Carlos Morera Beita

5.7. Turismo Rural Comunitario como dinamizador económico en Río Seco de Santa Cruz, Guanacaste

Evelyn Yazmin Gómez Pérez

5.8. El turismo y desarrollo local: principales retos y oportunidades para el rescate del patrimonio cultural en Santa Cruz, Guanacaste, Costa Rica

José Andrés Barrantes Ortega, Joseph García Jiménez

- 5.9. El turismo comunitario y los ods en territorios de posconflicto en Colombia. Caso Lejanías, Meta
Diana Cruz Maldonado, Karen Johana Pardo Castañeda
- 5.10. Turismo y representaciones sociales muiscas en el Museo del Oro de Bogotá
Ivette Milena Galeano López
- 5.11. Desarrollo de la actividad turística en espacios urbanos y rurales mediante actividades innovadoras
Ana María Castellanos Molano
- 5.12. Pueblos mágicos, turismo y empresas locales
Karla Susana Barrón Arreola, Michelle Taxis Flores, Luis Ramón Moreno Moreno
- 5.13. Modelo de intervención integral para el mejoramiento competitivo de emprendimientos de turismo rural: Caso Hualaihué - Cochamó
Marcel Sorhaburu A., María Rebolledo J.
- 5.14. Impactos del turismo rural en el desarrollo local: Una valoración en la isla de la palma bajo la perspectiva de género
Ana María Morales Hernández, Carlos Fernández Hernández
- 5.15. Territorio e identidad del paisaje cultural muisca en la provincia de Sugamuxi: un escenario patrimonial del legado ancestral del Departamento de Boyacá - Colombia
Francy Marizol Rojas Parra, Clemente Alvarado Vivas
- 5.16. La interpretación del patrimonio como estrategia de gestión turística - recreativa
Noemí Josefina Gutierrez
- 5.17. Relaciones Turismo de memoria, el caso de Nicolás Neira
Giovanny Araque Suárez

MESA 6. FORMACIÓN DE CAPITAL HUMANO EN TURISMO

- 6.1. Los problemas conceptuales como limitantes de la formación y la investigación en turismo
Carlos A. Santovenia Pérez

- 6.2. Caracterización sectorial de la educación superior en turismo de Colombia. Riesgos que limitan el emprendimiento y la competitividad
Luis Rubén Pérez Pinzón

- 6.3. Currículo Trascendente y disruptivo al compás de los cambios y tendencias del turismo. Humanismo vs. Inteligencia artificial
José Gregorio Angulo Rodríguez

- 6.4. La satisfacción laboral en el sector hotelero. Un análisis de su importancia en los establecimientos hoteleros de Ecuador
Ana Lucía Serrano

- 6.5. Análisis descriptivo sobre la formación del capital humano en turismo y hotelería en la región de Valparaíso y su relación con los ejes estratégicos para el desarrollo del sector
Sandrino Llano Ramos

- 6.6. Identificación de las brechas de capital humano del sector turismo en la Araucanía
Marie Lagrillere Gautier

- 6.7. Formación de capital humano para el desarrollo del aviturismo en la zona del Catatumbo
Elián Muñoz

- 6.8. Santa Fe de Antioquia (Colombia), ¿destino de posturistas o de turistas de masas? Análisis sobre las implicaciones territoriales de sus servicios y productos turísticos
Elián Muñoz

MESA COORDINADA 1. ANTROPOLOGÍA APLICADA: ETNOGRAFÍA Y RESILIENCIA EN CIUDADES TURÍSTICAS EN EL CARIBE MEXICANO

Una aproximación teórico-conceptual de la resiliencia en ciudades turísticas con un enfoque ecosistémico

Bonnie Lucía Campos Cámara

Socialización y resiliencia de migrantes en espacios turísticos. Los casos de Cancún y Playa del Carmen, Quintana Roo

Ligia Aurora Sierra Sosa

MESA COORDINADA 2. GEOTURISMO, CONSERVACIÓN Y PATRIMONIO

Kütralkura: avances y desafíos del primer geoparque mundial de la UNESCO en Chile

Manuel Schilling, Patricia Herrera

Proyecto Geoparque Pillanmapu Andino: propuesta metodológica para la articulación del turismo inclusivo y la promoción de la cordillera Maulina

Rodrigo Pérez Garay, Emil Stefani Signorio

Una alternativa de desarrollo sostenible y conservación efectiva: la experiencia del Proyecto Geoparque Valle de Petorca. Región de Valparaíso, Chile

V. Vicencio, C. Montero, R. Pérez, M. Covarrubias, F. Pardo, S. Vivanco, C. Acuña, N. Aravena, D. de la Fuente y C. Delgado

POSTERS

Factor salud como condicionante de experiencias turísticas: proyecto senderismo en la Araucanía

Carlos Bahamondes Ávila, Luis Bustos Medina, Alejandro Ducassou Varela, Carlos Jorquera Aguilera, Valentina Arriagada Cárdenas, Camila Narvaes Necul

Agroecoturismo comunitario como estrategia para potenciar zonas rurales en escenarios de posconflicto

Nelson Fabián Porrás, John Cardona Raigoza

Diagnóstico Territorial y Turístico de Villavieja y Desierto de la Tatacoa. Departamento del Huila. Colombia

Marta Nel-lo Andreu, Jordi Andreu Bertran, Alba Font Barnet

ANEXO

Libro de resúmenes

PRESENTACIÓN

La Red Internacional de Investigadores en Turismo, Cooperación y Desarrollo (COODTUR), en conjunto con el Centro de Investigaciones Territoriales de la Universidad de La Frontera, Región de La Araucanía (Chile), organizaron el IV Congreso de COODTUR, celebrado en la ciudad de Temuco - Chile, entre el 01 y 04 de octubre del 2019, cuyo tema central fue: “Turismo, desarrollo territorial, innovación y gobernanza: ¿hacia dónde vamos?”

Conferencia inaugural

“Turismo y áreas protegidas en América Latina: Cambios y continuidades en el marco del paradigma de la sustentabilidad»

Sr. Rodolfo Bertoncello

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Conferencia magistral

Persistencias, vulnerabilidades y desigualdades en el paraíso.

Dra. Andrea Muñoz

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Las aportaciones se categorizan en los siguientes ejes temáticos y meses coordinadas:

1. Teoría e investigación en turismo.

Las investigaciones científicas en turismo crecientemente alcanzan mayor notoriedad en los ámbitos de las ciencias sociales y naturales y éstas le han proporcionado marcos analíticos, metodológicos y conceptuales que posicionan a este ámbito como uno de los nichos de investigación más dinámicos en la actualidad. En efecto, la aproximación científica a los estudios turísticos ha tenido una fuerte tradición en relevar su importancia económica, como también sus impactos a diversas escalas en el contexto y dinámica capitalista. Sin embargo, a partir del giro crítico y cultural, el énfasis en la cultura, la experiencia y la vida cotidiana serán los ejes que organizan y regulan el fenómeno turístico. Se busca discutir acerca de las perspectivas teóricas sobre la investigación científica en turismo, las influencias de los paradigmas neopositivista, crítico-marxista y constructivista, las estrategias metodológicas para abordarlos y las tendencias de investigación actuales y futuras.

2. Turismo, desarrollo territorial y gobernanza.

El turismo, debido a su creciente complejidad, ha incorporado a nuevos y diversos actores sociales con diferenciada capacidad de agencia para incidir, tanto en las políticas públicas nacionales o locales, como en el despliegue de estrategias y tácticas de desarrollo territorial de la actividad en destinos turísticos más o menos consolidados. En efecto, tanto el ámbito estatal, privado o local-comunitario establecen tipos de gobernanza que son necesarias de descifrar desde las contribuciones de la teoría social crítica, reconociendo las complejas redes de poder y mecanismos de toma de decisiones. Se busca en este eje discutir acerca de las relaciones entre gobernanza y el desarrollo territorial, desde las perspectivas de la

participación social, el diseño de planes de gobiernos, el rol de los actores, las interacciones público-privadas, las redes inter-organizacionales, los procesos asociativos y experiencias de gobernanza turística exitosas y no tanto.

3. Turismo y sustentabilidad en áreas protegidas

El turismo en sus diversos enfoques tiene un vínculo directo con los ámbitos de la sustentabilidad ya sea esta económica, política, social y/o cultural, lo cual es de especial relevancia cuando el turismo se focaliza en espacios naturales protegidos. Hoy existen avances importantes en la comprensión crítica de sus relaciones, que incluye, junto como el análisis de la actividad turística, la puesta en valor de sus recursos tangibles e intangibles, también a las poblaciones directa o indirectamente involucradas, y un contexto de política nacional e internacional al ser áreas naturales con protección legal o jurídica y que requieren la articulación cada vez más compleja de los actores que participan de dichos procesos. En este sentido, los ejes de articulación temática refieren a: geoturismo, desarrollo del turismo sustentable en áreas protegidas, valor patrimonial de los ecosistemas y la diversidad biológica en el desarrollo de los productos turísticos, sistemas de evaluación turística en áreas protegidas, comunidades locales y turismo en áreas naturales protegidas, políticas públicas y turismo en áreas naturales protegidas y turismo y reserva de la biosfera.

4. Innovación, competitividad y estrategias para el desarrollo de productos turísticos

Para enfrentar un mercado en constante evolución y crecimiento, el turismo se ve en la necesidad de renovarse, en tanto las exigencias de los consumidores como también exigencias que la sociedad y el medioambiente está demandando. La innovación es la base de la competitividad y hace referencia a la capacidad de los emprendedores turísticos de incorporar elementos novedosos para afectar positivamente su proceso económico. La innovación ya sea a nivel de productos o procesos permite aumentar la competitividad, ya que la “novedad” no es sólo una idea nueva, sino un proceso complejo de definición y puesta en marcha para que los usuarios finales diferencien y valoren de manera positiva un producto turístico de otro que posee similares características. Las principales áreas de atención de este eje serán la innovación, competitividad y desarrollo de productos turísticos, asociado a la incorporación de tecnologías que permiten mejorar la calidad de la experiencia y que posicione las unidades productivas turísticas a todo nivel (nacional y/o internacional), la creación de nuevos productos turísticos que respondan a mercados y necesidades claramente definidas y que incorporen la riqueza local, como los atractivos endógenos, las historias, relatos y el capital humano como una marca distintiva que incorpora un valor agregado a la experiencia turística que se desarrolla.

5. Turismo en espacios urbanos y rurales.

La actividad turística se ha ido incrementando cada año debido a las nuevas tecnologías del transporte y telecomunicaciones, como también a un mejoramiento del nivel. Asociado a estas nuevas tendencias, surge el posturista que ya no se orienta principalmente a un turismo de sol y playa, sino que busca nuevas experiencias. En este sentido, el turismo urbano surge como una alternativa importante para un segmento que no solo atrae viajeros con alta capacidad de gasto, sino que se convierte en un propulsor para su desarrollo hacia urbes más inteligentes, sostenibles e inclusivas. Por su parte, el turismo rural, de importante de-

sarrollo en los últimos años, se orienta a la generación de un contacto entre la cultura y la naturaleza. Se busca debatir en este eje, tanto el turismo de carácter urbano como rural, sus beneficios para el desarrollo territorial, los diversos problemas que pueden ocasionar, como congestión, aumento del costo de la vida, pérdida de las características culturales y locales; la valoración del patrimonio cultural, histórico y gastronómico, cuál es el perfil de los turistas urbanos y rurales y sus motivaciones.

6. Formación de capital humano en turismo

Actualmente existe una creciente oferta de opciones formativas en turismo y en sus distintas variantes y dimensiones, por tanto, es un gran desafío articular la formación tanto de trabajadores, técnicos, profesionales e investigadores para lograr un aporte significativo a la generación de nuevo conocimiento como una red más del tejido productivo que permita mejorar permanentemente la calidad y rendimiento de los productos turísticos. Lo anterior se logra teniendo a los perfiles, habilidades y capacidades de formación, no como algo estanco, sino que, en constante movimiento, evolucionando a la par de las nuevas tendencias globales del mercado turístico, valorando de distinta forma los conocimientos específicos actualizados y transversales, surgidos de investigaciones, nuevas teorías y comportamiento de nuevos mercados emergentes. Por lo tanto, se busca en este eje analizar y discutir la formación en capital humano para el turismo, las políticas públicas de formación y capacitación, los estándares de calidad y perfiles formativos y la articulación público-privada.

7. MESA: Antropología aplicada: etnografía y resiliencia en ciudades turísticas en el caribe mexicano (Mesa coordinada por Bonnie Lucia Campos Cámara).

El Caribe Mexicano es un territorio de gran relevancia ambiental y sensible a la acción humana, por eso las actividades antrópicas han sido profundamente vigiladas y transformadas en los últimos decenios. Resulta evidente que la actividad turística ha supuesto un cambio en el devenir de este territorio. Desde la antropología aplicada que propone una comprensión del turismo como un vector que mediatiza espacios, formas de vida, relaciones sociales, identidades y memorias colectivas. El método de investigación cualitativo y colaborativo, junto con el trabajo de campo y a través de una mirada etnográfica, propicia en el investigador imágenes, imaginarios, recursos, patrimonios que inciden en la transformación de economías, de políticas y de territorios. El turismo constituye un eje que promueve nuevas realidades, su desarrollo y presencia genera condiciones diferenciadas en la vida de las sociedades en donde el movimiento poblacional, tanto desde las emisoras como con las receptoras, juegan un rol o papel de suma importancia. Es así, que el estudio directo con personas o grupos sociales, en los espacios turísticos y durante un cierto período concreto, la observación participante y las entrevistas cualitativas no da a conocer estilos de vida socialmente diferenciados, por lo que la política pública y el diseño de acciones concretas deberán a partir de este tipo de investigaciones cualitativas. Las acciones cotidianas de quienes viven en estos espacios hablan de socialización temporales diferenciadas y de contenidos que, de contenidos vertidos en los acervos culturales a través de la experiencia vivida, el tiempo y la información sobre los vivido y la respuesta ante estas condiciones desfavorables inclina a las diversas poblaciones resiliencias diferenciadas, reconocer esto es primordial para el saber que hacer de manera asertiva.

8. MESA: Geoturismo, conservación y patrimonio. (Mesa coordinada por Patricia Herrera P.).

En esta sesión se invita a compartir experiencias en relación al Geoturismo, definido como un turismo que sustenta y mejora la identidad de un territorio, considerando su geología, medioambiente, cultura, valores estéticos, patrimonio y bienestar de sus habitantes. Se invita a presentar iniciativas turísticas relacionadas a la geodiversidad, el patrimonio geológico, la geo conservación y la educación en geociencias, que permiten contribuir a una mejor comprensión de la historia de la Tierra incluyendo su dinámica y procesos principales. Igualmente, se invita a presentar trabajos que relacionen la geodiversidad; biodiversidad y elementos culturales, especialmente en territorios aspirantes o reconocidos como Geoparques Mundiales Unesco.

9. MESA: El turismo en la construcción del territorio, el estado y la nación en Chile. (Mesa coordinada por Pablo Martínez Riquelme).

El turismo ha tenido un rol gravitante, pero poco estudiado en la conformación del territorio, el Estado y la Nación en América Latina, y particularmente en Chile. En efecto, las investigaciones han versado acerca de la importancia económica del turismo para el progreso de las naciones o en sus impactos ambientales y las transformaciones territoriales producto de la instalación y anclaje espacial de infraestructuras para el libre desplazamiento de flujos de personas, información, dinero e imágenes. El objetivo de esta mesa es analizar, desde una perspectiva histórica y geográfica, el papel que ha jugado el turismo en la construcción del territorio, el Estado y Nación en Chile durante el siglo XX desde tres enfoques: a) análisis de viajeros con motivaciones turísticas particulares a fines del siglo XIX y luego motivadas por el Estado; b) la discusión del rol de las políticas públicas y la institucionalidad turística, y c) reconocimiento del rol de las revistas de turismo en la promoción del imaginario turístico de la modernidad y la nación en Chile.

Mesa redonda

Turismo en territorios interculturales en el contexto global

Sr. Matteo Aguanno, Jefe programa de Desarrollo Local, Municipalidad de Feltre y Universidad de Padua, Italia

Sr. Pablo Calfuqueo Lefío, Presidente y Tour Operador Turismo Mapuche Llaguepulli – Lago Budi, Región de La Araucanía

Sr. Alejandro Espinosa Sepúlveda, Universidad de La Frontera – Centro de Investigaciones Territoriales

Workshop “Impacto social de la investigación científica en turismo”, coordinado por el Grupo de Investigación en Análisis Territorial y Estudios Turísticos (GRATET) y la Red COODTUR

Uno de los grandes retos de investigación que quiere llevar a cabo la Red COODTUR es el de incorporar el Impacto Social de la Investigación en Turismo. Es un concepto relativamente nuevo pero que está entrando para quedarse. Hablar de Impacto Social de la Investigación, no es hablar de difusión de resultados, no es lo mismo que transferencia de conocimiento, implica que nuestra investigación conlleve cambios e impulse transformación social, una de las misiones de la universidad.

Es importante concienciar sobre la importancia del impacto social de las investigaciones turísticas, profundizar en el mismo concepto y entender los mecanismos, compartir conocimiento y metodologías para maximizar su impacto y hacer una realidad la incorporación práctica del impacto social en la inves-

tigación en turismo. Es un tema novedoso, a penas trabajado en el campo del turismo, pero cada vez más exigido a nivel europeo y en las nuevas convocatorias de proyectos internacionales y como medida de eficiencia de recursos públicos destinados a la investigación. Busca hacer realidad la integración de la ciencia con la sociedad, que la investigación que se lleve a cabo transforme y ayude a la sociedad, pilar básico y misión de la Universidad.

Según Reed (2016) por impacto estamos hablando de cambios beneficiosos que pasarán en el mundo real, más allá del mundo de los investigadores, como resultado de nuestra investigación. Los impactos se producen a través de los procesos de intercambio y de coproducción de conocimiento y dichos impactos pueden suceder en el futuro inmediato o largo plazo.

Recoger evidencias de impacto social de la investigación es y será clave para los investigadores para elaborar los informes de resultados de los proyectos competitivos, para difundir socialmente los beneficios de la investigación llevada a cabo y para elaborar un currículum de impacto social (además del académico) que será valorado en un futuro por los financiadores de proyectos, por la sociedad y por la universidad (CEICS-URV, 2017).

COMITÉS

Comité Organizador

Dr. (c) Pablo Martínez Riquelme (pablo.martinez@ufrontera.cl)

Dr. Julio Tereucán Angulo (julio.tereucan@ufrontera.cl)

Dr. Alan Garín Conteras (alan.garin@ufrontera.cl)

Mg. Néstor Contreras (nestor.contreras@ufrontera.cl)

Mg. Marcelo Ramírez Suárez (marcelo.ramirez@ufrontera.cl)

Dra. Marta Nel-lo Andreu (martagemma.nello@urv.cat)

Mg. Alba Font Barnet. COODTUR (coodtur@urv.cat)

Comité Científico

Sr. Rodolfo Bertoncello, Universidad Nacional de Buenos Aires, Argentina.

Sra. Daniela F. Thiel, Universidad Nacional de San Martín, Argentina.

Sr. Alexandre Panosso Netto, Universidad de Sao Paulo, Brasil.

Sr. Carlos Morera, Universidad Nacional de Costa Rica, Costa Rica.

Sra. Marisela Pilquimán, Universidad de Los Lagos, Chile.

Sr. Rodrigo Figueroa, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.

Sr. Claudio Briceño, Universidad de La Frontera, Chile.

Sra. Andrea Muñoz, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador.

Sra. Marta Nel-lo, Universitat Rovira i Virgili, España.

Sr. Macià Blàzquez, Universitat de les Illes Balears, España.

Sr. Ernest Cañada, Alba Sud, España.

Sra. Soledad Morales, Universitat Oberta de Catalunya, España.

Sr. Ignacio Sariago, Escuela de Turismo Altamira, Universidad de Cantabria, España.

Sr. Francisco Cebrián, Universidad de Castilla-La Mancha, España.

Sra. Bonnie L. Campos, Universidad de Quintana Roo, México.

Sra. Ligia Aurora, Universidad de Quintana Roo y RUAA, México.

Sra. Elisa Guillen, REMTUR, México.

Sra. Marianela Camacho, Universidad del Zulia, Venezuela.

Sr. Rafael Sánchez, Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile.

Sr. Alejandro Espinosa, Universidad de La Frontera, Chile.

Sr. Jaime Flores, Universidad de La Frontera, Chile.

Sr. Gustavo Aravena, Universidad de La Frontera, Chile.

1

TEORÍA E INVESTIGACIÓN EN TURISMO

BARÓMETRO TURÍSTICO: LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LA PAZ

Dr. Plácido Roberto Cruz Chávez¹
Dra. Judith Juárez Mancilla²
Dr. Gustavo Rodolfo Cruz Chávez³

Dr. Alberto Francisco Torres García⁴

Resumen

El monitoreo constante de indicadores de satisfacción para cualquier entidad o lugar es imprescindible si se quiere mejorar en calidad. En el sector turístico de México la práctica de la evaluación de la satisfacción del turista tiene ya algunos años implementándose. En Baja California Sur, la Universidad Autónoma de Baja California Sur, es quien coordina dichas evaluaciones desde el año 2009. La información obtenida se ha compartido con la Secretaría de Turismo Estatal y ellos a su vez a nivel Federal. Esto ha ayudado a la competitividad, a tomar decisiones y a implementar política pública. Además se ha compartido la información a nivel de organismos empresariales, por ejemplo con el Comité de Cruceros de Los Cabos, Comité de Pueblos Mágicos de Loreto y con la Asociación de empresas hoteleras y turísticas de La Paz. Por ello, el objetivo del trabajo fue evaluar el destino turístico de La Paz, a través de un barómetro el cual muestra la satisfacción del visitante y su caracterización a través de los años 2012, 2014 y 2018. La cual permitirá identificar los retos y aciertos del sector turístico. La metodología usada fue

1 Departamento Académico de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. pcruz@uabcs.mx

2 Departamento Académico de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. judithjuarezm@gmail.com

3 Departamento Académico de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. gcruz@uabcs.mx

4 Departamento Académico de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. atorresg@uabcs.mx

la propuesta por CESTUR en 2009, y que consiste en aplicar encuestas cara a cara a los turistas en puntos de afluencia basado en un instrumento.

Palabras clave: Satisfacción, turista, política pública, evaluación y competitividad.

Abstract

The constant monitoring of satisfaction indicators for any entity or place is essential if you want to improve in quality. In the tourism sector of Mexico, the practice of evaluating tourist satisfaction has already been implemented for some years. In Baja California Sur, the Autonomous University of Baja California Sur, is the coordinator of these evaluations since 2009. The information obtained has been shared with the Secretary of State Tourism and they in turn at the Federal level. This has helped competitiveness, to make decisions and to implement public policy. In addition, information has been shared at the level of business organizations, for example with the Cruise Committee of Los Cabos, Magical Peoples Committee of Loreto and with the Association of Hotel and Tourism Companies of La Paz. Therefore, the objective of the work was to evaluate the tourist destination of La Paz, through a barometer which shows the visitor's satisfaction and its characterization through the years 2012, 2014 and 2018. Which will allow to identify the challenges and successes of the tourism sector. The methodology used was the one proposed by CESTUR in 2009, which consists of applying face-to-face surveys to tourists at points of influx based on an instrument.

Keywords: Satisfaction, tourist, public policy, evaluation and competitiveness.

1. INTRODUCCION

La Secretaría de Turismo Federal en México promueve a través de los gobiernos estatales, el programa de *“Perfil y grado de satisfacción de los visitantes”*, que busca impulsar el crecimiento sostenido del consumo de la oferta turística nacional con una adecuada relación valor- precio para cada segmento de mercado. Este programa ejecutado por la Secretaria de Turismo Estatal de Baja California Sur y la Universidad Autónoma de Baja California Sur, llevaron el seguimiento del reporte de los turistas en La Paz desde el 2012. El cual tiene como visión la consolidación y diversificación de los mercados internacionales, así como el crecimiento del turismo doméstico y su consumo. Este programa iniciado desde el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) ha sido ejecutado en 22 destinos turísticos nacionales y que han permitido generar indicadores representativos a nivel nacional.

El programa ha buscado generar sinergias con el resto de los destinos turísticos y cuya aplicación metodológica ha sido respaldada por el CESTUR. En esta ocasión el proyecto se enfoca en analizar el perfil y grado de satisfacción del visitante en la capital del Estado de Baja California Sur (BCS), en La Paz. Y que es considerado entre los destinos más jóvenes y emergentes de México. Dicho destino se localiza al Sur de la Península de BCS y que es caracterizado por ser un destino turístico tranquilo y seguro, con mucha aceptación por los turistas. El proyecto fue ejecutado por investigadores de la Universidad Autónoma de Baja California Sur y que se han obtenido varios frutos. Los cuales uno de ellos son los resultados que se presentan en este trabajo y que permiten dar luz del acontecer y opinión de los turistas del destino turístico de La Paz. Dichos resultados que muestran un comportamiento de medición de la opinión del turista en La Paz, y que desde el punto de vista empresarial sirve como un barómetro de un destino turístico.

La medición de la percepción y satisfacción de un turista, es importante para mejorar los servicios turísticos y espacios utilizados por los visitantes. De manera que la competitividad sea cada vez mayor y con un mejor bienestar poblacional. Por ello el objetivo de este proyecto fue evaluar el destino turístico de La Paz, a través de un barómetro el cual muestra la satisfacción del visitante y su caracterización. La cual permitirá identificar los retos y aciertos del sector turístico en los años 2012, 2014 y 2018.

El trabajo contribuye a los esfuerzos que la Secretaría de Turismo en México (SECTUR) viene evaluando desde el 2001 la competitividad de los destinos turísticos nacionales. Analizando la satisfacción de los turistas y caracterizar al turista de acuerdo a sus variables sociodemográficas y de hábitos de viajes. Esta información puede ser utilizada para la planeación, fomento y desarrollo de productos turísticos de México.

El destino turístico La Paz, se encuentra ubicado en la cabecera municipal y capital de Baja California Sur, se localiza en los 24° 09 ' latitud norte y en los 110o 19" longitud oeste, a una altura de 30 msnm; limita al norte con el municipio de Comondú; al sur con el de Los Cabos; al oeste con el Océano Pacífico y al este con el Golfo de California. De acuerdo al II Censo de Población y Vivienda 2010 efectuado por el INEGI, la población total del municipio de La Paz es de 251,871 habitantes y la tasa de crecimiento anual del 2005 al 2010 fue de 2.78%. El municipio de La Paz para el 2015 concentra el 38% de la población estatal, así mismo en La Paz se encuentran el 38.6% de las mujeres de la entidad y el 37.4% de los hombres (INEGI, 2018). Cabe recordar que los Estados de Baja California Sur junto con Quintana Roo, son los dos Estados más jóvenes del país. Estos fueron promovidos por el Presidente de la República Luis Echeverría Álvarez para que se convirtieran en entidad federativa y el 2 de septiembre de 1974 el ejecutivo envió al Congreso de la Unión la iniciativa de Ley.

Sus sistemas orográficos más importantes son norte de la sierra de la Giganta y al sur se localiza la sierra de la Laguna; esta última cuenta con el decreto de Área Natural Protegida (ANP) y en ella, se desarrollan actividades vinculadas al turismo rural, de aventura y ecoturismo. En relación a sus litorales, estos alcanzan el 26% del total de BCS, cuentan con gran variedad de recursos y atractivos marítimos que han sido aprovechados por sus habitantes y visitantes. Islas como: San José, San Francisco, Los Islotes, Partida, Espíritu Santo y Cerralvo, reciben año con año visitantes nacionales y extranjeros. Así también, cuenta con playas que destacan por su belleza; tal es el caso de: El Tesoro, Tecolote, Coromuel, Caimancito, Pichilingue, Isla Espíritu Santo y sus isletas, donde la práctica del kayakismo, campismo, ecoturismo, buceo, snorkel, pesca deportiva agrandan aún más la gama de atracciones de este bello puerto (Instituto para el Federalismo y el Desarrollo Municipal-INADEF y Secretaría de Gobernación-SEGOB).

Las actividades económicas más relevantes de La Paz, son la agricultura, ganadería, pesca, comercio y en especial el turismo. Esta actividad turística su oferta en los últimos años el número de hoteles ha crecido en La Paz, en términos comparativos del 2005 al 2011 se han incrementado en un 23.29%. Recientemente el número se ha incrementado del 2013 al 2016 de 101 a 110 de establecimientos de alojamiento (SECTUR BCS, 2018). La llegada de turistas en el 2013 registraba 299,354 visitantes, para el 2016 se registraban 323,757 turistas. Así mismo, se ha incrementado la estadía promedio de 1.7 a 2.1 del 2013 al 2016 (INEGI, 2017).

Parte importante de los recursos naturales del destino de La Paz, es el Parque Nacional Archipiélago Espíritu Santo (PNAES), que se ubica frente a las costas de Baja California Sur y constituye parte del límite de la Bahía de La Paz. Está compuesto por dos islas mayores, La Partida y Espíritu Santo; tres islotes: La Ballena, El Gallo y La Gallina; y otros cuatro promontorios rocosos: Los Islotes y otros tres que carecen de nombre (Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas. La Ciudad de La Paz se caracteriza por poseer hermosas playas ideales para el descanso y la recreación, como la práctica de deportes acuáticos. Las playas más recomendadas son El Tecolote, Caimancito, balneario El Coromuel, Pichilingue, El Tesoro, La Ventana, Bahía de los Sueños, entre otras (INEGI, 2015).

2. METODOLOGIA

La metodología es de tipo cuantitativa, donde el marco muestral son los visitantes (Turistas y Excursionistas) mayores de 18 años de edad que hayan tenido contacto con los servicios del destino de La Paz en BCS (al menos deben haber estado 3 horas en el lugar). A los cuales se les aplica una encuesta en principales puntos de afluencia de manera personal. Utilizando el muestreo probabilístico sistemático. Y considerando variables nominales, de escala, ordinales y de intervalo. Dicha metodología es similar a la implementada y sugerida por SECTUR (CESTUR, 2009) y (Cruz y Juárez, 2012).

El cuestionario aplicado es estructurado de aproximadamente 10 minutos de duración. Cuyos resultados corresponden al primer trimestre de los años 2012, 2014 y 2018. Los puntos de afluencia para realizar el levantamiento de campo son zonas de playa, malecón y/o en zonas de afluencia de la ciudad con alto tránsito. Según la determinación del tamaño de muestra con un margen de error: +/- 5.6% por destino turístico, se realizaron 100 entrevistas efectivas por mes, con una distribución de 25 entrevistas por semana levantadas en un mínimo de 3 días a la semana (en promedio se realizarán de 8 a 9 entrevistas por día).

Para conocer el grado de satisfacción de los turistas que visitaron el destino turístico, se aplicará una fórmula para calcular el índice establecido por la Secretaría de Turismo Federal para el desarrollo del estudio. El índice de satisfacción se elabora con las respuestas a cada uno de los reactivos de satisfacción que pueden ser: excelente, bueno,

malo y pésimo. La fórmula del Índice de Satisfacción (IS), considera una escala de 0 a 10 a partir de las 4 posibles respuestas (excelente, bueno, malo y pésimo) y se expresa:

$$\alpha = [5 + (0.05 * (\beta - \mu)) + (0.025 * (\pi - \theta))] * 10$$

Se refiere:

α = Índice de satisfacción

β = % Excelente

μ = % Muy malo

π = % Bueno

θ = % Malo

3. RESULTADOS

Algunos de sus resultados significativos del destino turístico de La Paz es que con una afluencia de 323,757 visitantes (Tabla 1), se ha logrado una calificación de 8.0 en su satisfacción (Tabla 3). De los cuales, principalmente arriban por vía aérea, teniendo una estadía promedio de 2.1 y donde el 55% de ellos ya había visitado anteriormente el destino (Tabla 1). En los tres años, la mayor parte de los turistas son de procedencia nacional rebasando más del 50% y donde el principal motivo de la visita es por descanso (Tabla 2). A pesar que en la época donde se aplicaron las encuestas no es periodo de verano, la mayor parte de los turistas realizan actividades de sol y playa con un 70% de ellos quienes la practican. Actualmente el 65% de los visitantes se hospedan en hoteles (Tabla 2).

Tabla 1. Indicadores a nivel de perfil por destino turístico, 2017

Oferta Turística:	La Paz
Número de establecimientos de hospedaje	110
Número de establecimientos de alimentos y bebidas	492
Número de agencias de viajes	24
Número de arrendadoras de autos	27
Centros de convenciones	1
Campos de golf	2
Centros de enseñanza turística	9
Afluencia Turística:	
Llegadas de turistas totales	323,757
Afluencia de pasajeros vía aérea	262,676
Estadía promedio	2.1
Porcentaje de ocupación hotelera	42.90%
Porcentaje de turistas que había visitado anteriormente el destino	55%
Accesibilidad e infraestructura:	
Aeropuerto	1
Espacios en marinas turísticas	866
Arribo de mega cruceros y cruceros eco turísticos	5,631
Terminal de autobuses foráneos	3
Transportadoras turísticas especializadas	27

Fuente: Elaboración propia basado en INEGI, 2018.

En cuanto a la satisfacción del turista, según el barómetro nos muestra que en los años de estudio la calificación ha mejorado ligeramente para el destino. El índice de satisfacción se ha mantenido en 8.0 (Tabla 3), y donde los mayores retos para mejorar son la relación calidad precio, el servicio ofrecido por los restaurantes y el servicio ofrecido por el personal del hotel, por tener calificaciones debajo de 8.0. Por su parte, la limpieza de playas, de áreas públicas y diversidad de actividades recreativas se han mantenido en calificaciones superiores a 8.1.

Tabla 2: Indicadores del perfil del turista en La Paz, 2012-2018.

Perfil del turista	Indicadores de perfil del turista		
	2012	2014	2018
Procedencia			
Internacional	18%	31%	44%
Nacional	82%	69%	56%
Motivo principal de la visita:			
Descanso	32%	48%	65%
Visita a familiares	30%	30%	20%
Negocios	22%	9%	6%
Otros	16%	13%	9%
Razón principal que motivó la visita de descanso:			
Sol y agua	69%	66%	70%
Cultura	9%	18%	8%
Actividades deportivas	1%	1%	3%
Vida nocturna	8%	5%	5%
Otros	13%	10%	14%
Tipo de hospedaje:			
Hotel	49%	59%	65%
Casa de huéspedes	34%	26%	12%
Tiempo compartido	3%	3%	1%
Familiares	2%	1%	1%
Otros	12%	11%	21%

Fuente: Elaboración propia basado en encuestas.

La satisfacción en general del visitante a La Paz se ha mantenido de excelente y buena con más del 96% desde el 2014 al 2018 (Tabla 3). Además de cada 10 turistas, 7 de ellos definitivamente sí recomendarían el destino a familiares y amigos. Importante también es que la mayor parte de los visitantes no experimento problemas de inseguridad durante su estancia. Siendo el gasto promedio por persona, excluyendo el transporte de llegada y de salida, en el rango promedio entre \$6,000 y \$11,000 pesos.

Tabla 3: Indicadores de satisfacción del turista de La Paz, 2012-2018.

Evaluación de atributos	Indicadores de satisfacción		
	2012	2014	2018
Hospitalidad	7.9	8	8.4
Relación calidad precio	7.8	7.9	7.6
Servicio ofrecido por restaurantes	7.7	7.8	7.65
Experiencia general en los restaurantes	8.0	8.4	7.9
Servicio ofrecido por personal de hotel	7.8	7.9	7.7
Experiencia general en el hotel	8.0	7.9	8.0
Limpieza de playas	8.2	8.5	8.1
Diversidad de actividades recreativas y atractivos	8.0	8.4	8.1
Limpieza de calles y áreas públicas	8.0	8.2	8.3
Satisfacción general:			
Excelente	41%	73%	63%
Buena	49%	23%	34%
Mala	10%	4%	3%
Recomendación del destino:			
Definitivamente sí	90%	76%	74.5%
Probablemente sí	9%	19%	18.5%
Probablemente no	0%	2%	5.4%
Definitivamente no	1%	3%	1.6%
Índice de satisfacción	8.0	8.1	8.0
Experimentó problemas de inseguridad:			
No	93%	91%	97%
Sí	7%	9%	3%
Gasto por persona: Rango que excluye transporte a su llegada y salida	\$5,000 y \$10,000	\$6,000 y \$10,000	\$6,000 y \$11,000

Fuente: Elaboración propia basado en encuestas

4. CONCLUSIONES

El destino de La Paz tiene una calificación promedio de 8.0 durante el periodo de estudio, la cual puede ser mejorada para incentivar su competitividad. Las fortalezas del destino, son la seguridad, las riquezas naturales, la limpieza de áreas públicas y los atractivos turísticos. Los retos implican mayor atención al cliente y experiencias en hoteles y restaurantes. Los resultados pretenden mostrar tanto al sector privado como al público, que se tiene una gran oportunidad para ofrecer un buen servicio y estancia a los turistas, pues ellos perciben que este destino de La Paz, aun es un destino tranquilo y seguro. Por

ello es importante que se brinde un servicio de calidad para generar una excelente impresión de nuestro destino turístico, lo cual seguramente redundará en un incremento de la actividad turística.

5. REFERENCIAS

Centro de Estudios Turísticos (CESTUR), (2009). Metodología del estudio del perfil y satisfacción del turista. México

Cruz, P. y Juárez, J. (2012). *Perfil y grado de satisfacción del visitante 2012*. Reporte Técnico. Trabajo elaborado en coordinación con el Cuerpo Académico de Políticas Públicas y Desarrollo Económico, la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Baja California Sur y la Universidad Autónoma de Baja California Sur.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), (2013). Anuario estadístico de Baja California Sur, 2011. Aguascalientes, México.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), (2015). *Anuario estadístico de Baja California Sur*. Aguascalientes, México

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), (2018). *Anuario estadístico de Baja California Sur*. Aguascalientes, México

Secretaría de Turismo Estatal de BCS, (2014). Datos estadísticos generados desde la Secretaria de Planeación.

DISEÑO DE UN SISTEMA DE ALERTA PARA EL CAPITAL INTELECTUAL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES. CASO SAN MARTÍN DE LOS ANDES (ARGENTINA)

Mg Gabriela Marenzana ¹
Mg. Lorena Lombardo ²
Lic. Cynthia Abraham ³

Resumen

El presente estudio posee como objetivo principal, indagar sobre los niveles de inclusión de acciones asociadas a la gestión del capital intelectual, en políticas definidas por las agencias de viajes de la ciudad de San Martín de los Andes. El estudio de dichas empresas turísticas, permitió diseñar un sistema de alerta, a partir de las dimensiones e indicadores del capital intelectual (tecnológico, humano, estructural y relacional), permitiendo identificar por empresa, tres niveles de alertas. En primer lugar, detectar las variables que se encuentran gestionadas correctamente, por otro lado, distinguir las variables críticas que con pequeños ajustes se pueden canalizar positivamente y por último, aquellas variables que presentan una gestión inadecuada y requieren estrategias inaplazables. Esto permitió generar información estratégica del sector privado, en ese tipo de pymes turísticas, que sirvan como in put para la toma de decisiones y posteriores acciones, relacionadas con el capital intelectual, tanto a nivel empresa como a nivel destino.

Palabras clave: Capital intelectual; agencias de viajes; innovación; sistema de alerta

Abstract

The main objective of this study is to investigate the levels of inclusion of actions associated with the management of intellectual capital, in policies defined by the travel agencies of the city of San Martín de los Andes. The study of these tourism companies, allowed to design an alert system, based on the dimensions and indicators of intellectual capital (technological, human, structural and relational), allowing to identify by company, three levels of alerts. In the first place, to detect the variables that are managed correctly,

1 Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Argentina. gmarenzana@yahoo.com.ar

2 Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Argentina. lorenalombardonqn@gmail.com

3 Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Argentina. abrahamanahi@hotmail.com

on the other hand, to distinguish the critical variables that with small adjustments can be positively channeled and finally, those variables that have inadequate management and require inaccessible strategies. This allowed to generate strategic information of the private sector, in this type of tourist SMEs, that serve as input for decision-making and subsequent actions, related to intellectual capital, both at the company level and at the destination level.

Keywords: Intellectual capital; travel agencies; innovation; alert system

1. Introducción

El presente trabajo, se lleva a cabo dentro de una línea de investigación que desde hace unos diez años, el equipo de investigadores viene trabajando, en diferentes regiones de la Patagonia Argentina, sobre Gestión del Conocimiento y Capital Intelectual.

A partir de un análisis bibliométrico efectuado, se puede afirmar que se conocen más de 30 métodos que permiten medir y gestionar el capital intelectual (Stewart, 1998); (Sveiby, 2000); (Bueno, 2000); (Simaro & Tonelli, 2005); (Rodríguez, 2006) y (Yañez, 2012).

En función de ello, desde el grupo de investigación, se ha generado un modelo de medición de Capital Intelectual, para empresas turísticas, denominado Modelo THER. El nombre representa cada una de las dimensiones que se han definido como componentes del capital intelectual: capital tecnológico, humano, estructural y relacional. En función de este, se ha diseñado una encuesta, con una batería de indicadores, que fue aplicado a las agencias de viajes de la ciudad de San Martín de los Andes, para indagar sobre los niveles de inclusión de acciones relacionadas con la gestión del capital intelectual, en políticas definidas a nivel empresas turísticas. Esto permitió analizar dichos indicadores a través de un sistema de alertas. El destino seleccionado remonta sus orígenes a la década de los 80, constituyendo actualmente un centro turístico internacional, por la jerarquía de sus atractivos y la oferta diversificada de servicios.

2. Metodología

Desde el grupo de investigación se acordó utilizar métodos y procedimientos que permitan abordar la realidad desde su complejidad y multidimensionalidad, aplicando estrategias de triangulación de datos, teórica y metodológica. La investigación ha sido concebida por una

parte como investigación teórica y por otra, como una investigación-acción participante. Para llegar a la acción es necesaria la participación de los grupos involucrados y a la confrontación crítica con los resultados.

Se trabajó sobre los constructos del Modelo THER: capital humano, tecnológico, estructural y relacional, a nivel empresarial. Se efectuó el envío de la encuesta a las 19 agencias de viajes de San Martín de los Andes, habilitadas desde el organismo regulador, logrando encuestar a 12 de ellas, constituyendo el 63,15 % del universo.

Se trabajó con SPSS estadistic editor, en su versión 23, para procesar y analizar los datos obtenidos.

En primera instancia, se midió la fiabilidad de las respuestas del instrumento (utilizando una escala tipo Likert), mediante el alfa de Cronbach, para analizar la correlación.

En segundo lugar, se utilizó la Prueba T, para tomar un primer contacto con los intervalos superiores e inferiores de cada una de las dimensiones y variables del modelo, con la finalidad de obtener un panorama preliminar de los indicadores del capital intelectual que son gestionados correctamente por la empresa, como también de aquellos que ameritan atención.

Se calculó el desvío estándar, para identificar qué tan dispersos se presentaban los datos con respecto a la media, con el objetivo de analizar si los resultados obtenidos en el campo, ratificaban el Modelo THER.

Por último, se calculó la media de los indicadores por capital, para identificar y analizar cada uno de los mismos. Finalmente, los componentes del Modelo de capital intelectual, se clasificaron a partir de un sistema de alerta que se diseñó, en función de la relevancia expresada sobre cada uno de los indicadores del modelo THER, por cada gerente de agencia de viajes bajo análisis.

3. Diagnóstico del capital intelectual de las Agencias de Viajes de SMA

A continuación se presentará una síntesis de los resultados descriptivos obtenidos. Se puede afirmar que casi la totalidad de las empresas (91%), reconocen la importancia del capital intelectual, como fuente de competitividad en el mercado. Por otro lado, al indagar, si la empresa poseía estrategias definidas, para cada una de las dimensiones del capital

intelectual, prácticamente el 60% expresó implementarlas. A continuación, se pasará a presentar los resultados de cada uno de los capitales.

3.1.- Capital estructural: el 80% de las agencias manifestó contar con la misión definida. Cabe destacar, que la misma es comunicada al personal, casi en la totalidad de los casos (91 %). En igual proporción, los gerentes manifestaron que la comunicación dentro de la empresa, no es un problema para ellos. Esto último es llamativo, dado que sólo el 30% de las agencias entrevistadas, utilizan canales de comunicación escritos. Tal vez esto se debe a la dimensión de este tipo de pymes turísticas. Y a su vez, pocas empresas (40%) poseen definidas estrategias de comunicación. Con relación al organigrama, la mayoría de las agencias (74 %) lo plantean como un elemento no relevante a la hora de gestionar la empresa. En cuanto a la descripción de puestos de trabajo, sólo el 25 % de las agencias, manifiesta que los tienen definidos. Con respecto a planes de incentivos no monetarios, la menor parte de las empresas (45%) acuerdan con llevarlos a cabo. Se puede decir que la mayoría de las empresas (75%), les brindan autonomía a sus empleados, para la realización de tareas.

Paralelamente, la mayoría de ellas (85%), acuerdan con la relevancia de supervisar las tareas que se le asigna al personal.

En relación al establecimiento de procedimientos para llevar adelante las tareas, sólo el 25% los define e implementa.

Por otro lado, con relación a las certificaciones de calidad, menos de la mitad de las agencias de viajes, expresó contar con alguna de dichas directrices o documentos de mejora continua, a fin de conseguir un grado óptimo en el contexto de calidad.

En torno a la práctica de acciones de responsabilidad social, la mayoría de las empresas (83%), las lleva a cabo. En igual proporción, trabajan en estrategias de innovación y/o renovación de ideas a nivel organizacional, que surgen desde adentro de las mismas. A su vez, más del 90% de las agencias, trabajan a partir de la mejora continua.

Con respecto a la implementación de alianzas con otras empresas, los gerentes del 50% de las agencias expresaron efectuarlas.

La misma cantidad enunció la relevancia del intercambio de ideas enriquecedoras, entre el personal de las diversas áreas departamentales.

Como última variable del capital estructural, las agencias de viajes de San Martín de los Andes, casi en su totalidad, manifestaron no concurrir a las capacitaciones para el

personal, que se brindan desde organismos públicos. Contradictoriamente a esto, el 70% considera valiosa la capacitación que brindan los organismos vinculados al sector.

3.2.- Capital humano: la mayoría de los gerentes (80%), manifestaron que el personal posee formación universitaria, de los cuáles un 27% corresponde a formación en posgrado.

Con relación a la evaluación de desempeño, la mitad de las empresas la utilizan para medir la relación antigüedad – experiencia adquirida de su personal.

Es llamativo el resultado obtenido, en torno a si se invierte parte de los ingresos anuales a capacitar al personal, siendo sólo un 8% las empresas que así lo hacen.

Con relación a estrategias para gestionar el personal, más precisamente al reclutamiento, más de la mitad de las agencias, manifestó la importancia de que el capital humano posea formación en alguna carrera de turismo. A su vez, la mayoría (80%) exteriorizó que el personal se adapta a los cambios que surgen a partir de la incorporación de nuevas TIC para la operatoria diaria de las agencias. Todas las agencias entrevistadas acordaron en dos aspectos. Por un lado, manifestaron que el personal que poseen, se caracteriza por ser creativo y a su vez, que trabajan desde la gerencia, para que el personal se sienta parte de la empresa. Por otro lado, más del 80% de los gerentes, estimula al personal a adaptarse a las dinámicas de cambios, y expresaron en su mayoría (90%), que el personal trabaja colaborativamente, para alcanzar los objetivos comunes a toda la organización. Esto se puede deber en parte a que, en igual proporción, estimulan a su personal a que lo hagan y a su vez, los empleados conocen cómo su trabajo contribuye a mejorar los ingresos de la agencia. Con relación a la comunicación, sólo el 8% de las agencias, manifestó implementar estrategias de comunicación escritas, para el intercambio de conocimiento e información.

Más del 90% de los gerentes, analizan las ideas en relación con propuestas de mejora que son planteadas por su personal. Pero al mismo tiempo, el 75% de los gerentes, no plantea un sistema de premios y/o recompensas a dichas ideas.

El 75% de las empresas, no aplica proceso alguno de monitoreo para la medición del desarrollo de su capital humano. Casi en igual proporción implementan diversas estrategias, para que el personal permanezca en la agencia.

La mayoría de las agencias (75%), evalúa si el personal se esmera en llevar adelante sus tareas.

A su vez, el 66% de los gerentes, plantean estrategias para fortalecer la relación jefe – empleados, en relación a la satisfacción laboral, rendimiento y compromiso con el trabajo.

La mitad de las agencias, manifestaron que los empleados contratados para temporada alta, ya habían trabajado anteriormente en la empresa, lo que pone en manifiesto la preocupación de formar equipos estables de trabajo.

3.3.- Capital relacional: el 90% de las agencias, poseen bases de datos de sus clientes, lo que les permite tener identificado sus perfiles, y en igual proporción, reconocen la importancia de contar con un sistema de medición, para evaluar la satisfacción de sus clientes.

En relación a si desde la agencia, se impulsan espacios de comunicación con los operadores, para la mejora de los servicios, las opiniones han sido diversas, siendo prácticamente igual la proporción de aquellas agencias que sí lo hacen, de las que no.

A su vez, la mitad de las empresas, valoran contar con contratos firmados con dichos operadores, para establecer un compromiso más formal. Al mismo tiempo, la mayoría de las agencias (75%), valoran la capacidad de respuesta del proveedor/operador, por lo que, en igual proporción, aprecian tener proveedores/operadores habituales logrando así generar información valiosa; y por otro lado, fomentar el establecimiento de alianzas estratégicas no sólo con proveedores; sino también con empresas del mismo rubro, instituciones públicas, etc. Por su parte, en igual razón, fomentan la celebración de convenios, acuerdos o la generación de proyectos en común con otras empresas del sector, siendo dichos vínculos en su mayoría, referidos al desarrollo tecnológico; mejora de procesos, servicios para el cliente, etc.

En relación a la vinculación con universidades, institutos de investigación, centros de capacitación, etc., la mitad de los administradores, la valoran como una instancia positiva para la agencia.

Por otro lado, la mayoría de los gerentes, aprecian la colaboración entre la empresa y los competidores, como producto de las relaciones positivas entre los mismos.

3.4.- Capital tecnológico: la totalidad de las agencias consideran necesario valerse de información del entorno a través de las redes sociales, aplicaciones multimedia, web mail, etc. La mayoría de ellas (75%), necesitan contar con sistemas informáticos para la automatización de sus procesos internos. En igual razón, realizan una renovación de la tecnología cada dos años, con la finalidad de incorporar y renovar la misma para

favorecer la productividad de la empresa. También el 75% de las agencias, consideran que desarrollar tecnología interna cubre con eficiencia las necesidades para la prestación de los servicios.

4. Sistema de alertas para el capital intelectual

A partir del diagnóstico presentado en el apartado anterior, se diseñó un sistema de alerta para el capital intelectual de las agencias de viajes a nivel de destino. Este instrumento permite a las organizaciones, en este caso las agencias de viajes, adquirir conciencia sobre la eficacia y eficiencia de sus procesos, programas, y capital humano, para posteriormente realizar mejoras y plantear las estrategias pertinentes.

El sistema de alertas fue elaborado a partir de varias etapas. En primer lugar, se codificaron los datos categóricos obtenidos en la encuesta con escala Likert, a través de la asignación de números enteros. Seguidamente se trataron estadísticamente los datos con spss, estimando la media, desviación y varianza, para los distintos valores asumidos por las variables, atribuyéndole el 95% de valor de confianza, llevando a cabo de esta manera la Prueba T para la muestra, en cada uno de los indicadores de las cuatro dimensiones del Modelo THER. A través de esta herramienta estadística, se identificaron los intervalos superiores e inferiores de cada una de las dimensiones e indicadores del modelo. En función de ello, se los clasificó con alertas de colores, siendo el rojo, atribuido a aquellos indicadores que requieren una modificación urgente, los amarillos por su parte, constituirían los indicadores intermedios, separados entre los que tienden al rojo y los que lo hacen hacia el verde. Por último, los verdes, corresponden a aquellos que no requieren modificaciones. Cabe destacar que la pertenencia a cada color e implicancia, surge a partir de la enunciación de parámetros, en función de los resultados estadísticos explicados anteriormente, quedando delimitados como se presentan en la siguiente tabla.

Tabla N°1: Sistema de alertas

Parámetros	Color	Implicancia
5 a 4	Verde	Gestión correcta
3,99 a 3	Amarillo	Gestión crítica
2,99 a 0	Rojo	Gestión inadecuada

Fuente: Elaboración Propia (2019)

Cabe destacar que en las alertas verdes se encuentran el 27% de los indicadores del capital, en rojo el 21% y el amarillo contiene el 52% de ellos. A continuación se presenta el análisis de cada alerta.

4.1. Gestión correcta del Capital Intelectual: Alerta verde.

Entre los indicadores que las agencias de viajes de San Martín de los Andes, gestionan correctamente, se pueden mencionar el análisis del entorno, el diseño y comunicación de la misión al personal, la supervisión de tareas del capital humano, la estimulación de ideas surgidas internamente en la empresa para la mejora de procesos, la mejora continua del personal y su adaptación a los cambios, la creatividad que fomentan en el personal, por ejemplo en cuanto a ideas que éste propone, dado que las mismas son evaluadas por los gerentes. También se impulsa el trabajo colaborativo y se trabaja en el sentido de pertenencia del personal a la agencia, al tiempo que se ocupan de que conozcan, cómo su trabajo contribuye al desarrollo de la empresa.

4.2. Gestión inadecuada del Capital Intelectual: Alerta roja.

Los indicadores que requieren atención urgente, se relacionan con la utilización de canales de comunicación escritos, como también procedimientos. Esto transparenta y asegura la comunicación en toda la empresa, y permite que la información quede disponible para cualquier consulta que se requiera. Otros dos aspectos que se detectaron en alerta roja, la participación del personal en la definición de la misión y la educación del mismo en nivel de posgrado, no serían tan determinantes, pero de todos modos requieren su revisión. Los indicadores que sí son relevantes y demandan atención a la brevedad, tienen que ver con la gestión del capital humano. El primero de ellos, con relación a la evaluación de desempeño. Se plantea la necesidad de controlar de qué manera se están llevando a cabo las tareas a cargo del capital humano, a través de una evaluación de desempeño. Es una herramienta que describe datos de la performance del personal en un período de tiempo, ponderándose su rendimiento, a través de un criterio de medición objetivo. Por lo tanto, el perfil del empleado y el puesto, son vectores que constituyen el parámetro de desempeño. A su vez, a las personas, les aporta una retroalimentación de las tareas que llevan a cabo en forma diaria. Además, es una herramienta susceptible de ser utilizada para evaluar el reclutamiento, selección y orientación de las personas. Así mismo, genera información para tomar decisiones en cuanto a promociones internas, a dedicar parte de los ingresos a capacitar al personal en las temáticas detectadas, o bien aprovechar las capacitaciones que se brindan desde organismos públicos y asociaciones

afines. Por otro lado, la descripción de puestos de trabajo, también merece la definición de estrategias. El estudio refleja que son muy pocas las agencias de viajes, que han diseñado su organigrama. A su vez, otro aspecto sobre el cuál sería interesante profundizar es la falta de certificaciones de calidad, para determinar las causas del estado de dicho indicador.

4.3. Gestión crítica: Alerta amarilla.

La mayoría de los indicadores del Modelo THER se localizan en alertas amarillas, lo cual implica de acuerdo al valor obtenido, que poseen una tendencia a alcanzar un estado verde ajustando mínimamente su gestión, o bien están por pasar al rojo, lo cual amerita revisión inminente de los mismos, para identificar las estrategias más oportunas para revertir su situación.

Entre aquellos indicadores que dedicando poco tiempo y esfuerzo, pueden pasar a ser indicadores verdes correctamente gestionados, se pueden mencionar el control de las estrategias definidas, y la definición de estrategias de responsabilidad social, acciones que favorezcan la innovación, y por último la formación de alianzas con otras empresas u organismos. A la hora del reclutamiento, es relevante tener en cuenta, la formación de los candidatos en carreras asociadas al turismo, y plantear estrategias de evaluación del personal. Por otro lado, sería positivo, aumentar la presencia del personal de las agencias, en las capacitaciones que se brindan desde organismos oficiales. En el mismo sentido, sería efectivo desarrollar e implementar sistemas de medición de satisfacción de los clientes de la empresa, con respecto a los servicios ofrecidos.

Los indicadores que tienden al rojo y que requieren ser trabajados a la brevedad, con respecto al capital humano, tienen que ver con la necesidad de implementar planes no monetarios, como estrategia de motivación al personal, premiar las buenas ideas en cuanto a la mejora de procedimientos o bien de innovación de los servicios. También se evidenció la necesidad de trabajar más con el personal, en cuanto al sentido de pertenencia a la agencia. Del mismo modo es relevante, que aquellas agencias que en temporada alta, contrata personal temporal, intenten fidelizar el mismo año a año, evitando tiempo y esfuerzo en capacitar a nuevos integrantes, que luego no regresan a la empresa.

Con respecto al capital relacional, se manifiesta una muy baja participación en alianzas estratégicas, y sobre todo en la vinculación con la universidad y organismos públicos del sector turístico.

5. Conclusiones

A través del presente estudio, se pudo indagar sobre los niveles de inclusión de acciones relacionadas con la gestión del capital intelectual, en políticas definidas a nivel de agencias de viajes, de un destino turístico.

La presente investigación cumpliría con dos funciones simultáneas, por un lado, provee información precisa sobre el capital intelectual a diferentes actores, entre ellos líderes, gerentes, técnicos y políticos, a fin de que interpreten los beneficios y oportunidades que produce gestionar el capital intelectual a nivel de empresas. Por otro lado, ofrece un método para que se realice un diagnóstico de los recursos intangibles, a partir del cual se definan diversas estrategias, en pos de la búsqueda de la competitividad.

En este sentido, queda mucho por hacer, y si a esto se le agregan los cambios que deben afrontar las autoridades regionales o de destinos, en la economía del conocimiento, cada vez se hace más necesario contar con herramientas que se ajusten a los nuevos desafíos y que sirvan de input a las autoridades y empresarios, para encauzar sus esfuerzos hacia un desarrollo innovador y sustentable.

6. Bibliografía

Bueno, E. (2000). Dirección del Conocimiento y Aprendizaje: Creación, distribución y mediación de Intangibles. En *Perspectivas sobre dirección del conocimiento y capital intelectual* (36 – 45). Madrid: Instituto Universitario Euroforum Escorial

Rodríguez, D. (2006). Modelos para la creación y gestión del conocimiento: una aproximación teórica. *EDUCAR*, 37, 25 – 39. Recuperado de <http://educar.uab.cat/article/view/187/168>

Simaro Jorge; Tonelli Omar E (2005) “El capital intelectual en las pymes” XXVI jornadas Universitarias de contabilidad Universidad argentina John F. Kennedy - Facultad de ciencias económicas - Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires

Stewart, T.A. (1997): *Intellectual capital. The new wealth of organizations*. Nicolas Brealey Publishing, Londres

Sveiby, K. (2000). *Capital Intelectual, la nueva riqueza de las empresas, cómo medir y gestionar los activos intangibles para crear valor*. Barcelona: Gestión 2000.

Welch, S. y Comer, J. (1988). *Quantitative Methods for Public Administration: Techniques And Applications*. Editorial Books/Cole Publishing Co. ISBN 10:0534108881/ 13: 9780534108885. U.S.A.

Yáñez Arena Teresita del Niño Jesús (2012) "Diseño de un método para diagnosticar el capital intelectual de una región-Aplicación a la región de Valparaíso-Chile- "Tesis Doctoral en Ciencias Económicas y Empresariales 2001 a 2003 - Universidad de Barcelona ,2012
<http://www.tdx.cat/handle/10803/1>

UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA DE LOS PROCESOS DE CALIDAD EN UN ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE: ADAPTACIÓN Y COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.

A REVIEW OF THE LITERATURE ABOUT QUALITY PROCESSES IN A LODGING ESTABLISHMENT: ADAPTATION AND TOURIST COMPETITIVENESS.

M. C. Emiliano López- Gutiérrez¹
Dr. Cesar Maldonado Alcuía²
Dra. Guadalupe Ortega Ramírez³

Resumen

El artículo *“Una revisión de la literatura de los procesos de calidad en un establecimiento de hospedaje: adaptación y competitividad turística”* tiene como objetivo proporcionar un diagnóstico respecto al uso de los sistemas de gestión de calidad y el uso de las tecnologías, para adoptar una postura competitiva para los establecimientos de hospedaje, que finalmente incremente la satisfacción del cliente y la productividad interna de la empresa, mediante procesos y procedimientos de mejora continua. El estudio parte de las ciencias sociales, con característica exploratoria, descriptiva y transversal. El método es cualitativo. El diagnóstico se realizó a partir de una revisión de literatura que constó de 100 textos enfocados a las variables de los procesos de calidad y competitividad. El estudio consiste en analizar la influencia que tiene la calidad enfocada a procesos para mejorar la productividad y rentabilidad de los establecimientos de hospedaje, así mismo, generar conocimiento de las metodologías que se implementan a la fecha, como sistemas de gestión de calidad y estrategias competitivas.

Les permite garantizar la prestación de productos y servicios capaces de rebasar las expectativas de sus huéspedes.

Palabras clave: adaptación, calidad, competitividad, hotelería

Abstract

The article "A review of the literature on quality processes in a lodging establishment: tourism adaptation and competitiveness" aims to provide a diagnosis regarding the use of quality management systems and the use of technologies, to adopt a competitive position for lodging establishments, which finally increases customer satisfaction and internal productivity of the company, through processes and procedures for continuous improvement. The study starts from the social sciences, with exploratory, descriptive and transversal characteristics. The method is qualitative. The diagnosis was made based on a

1 Posgrado Doctorado en Gestión del Turismo, Universidad Autónoma de Occidente, México. elgmilo@hotmail.com

2 Posgrado Doctorado en Gestión del Turismo, Universidad Autónoma de Occidente, México.

3 Posgrado Maestría Gestión Sustentable del Turismo, Universidad Autónoma de Guerrero, México.

literature review that consisted of 100 texts focused on the variables of quality and competitiveness processes. The study consists of analyzing the influence of quality focused on processes to improve the productivity and profitability of lodging establishments, as well as generating knowledge of the methodologies that are implemented to date, such as quality management systems and competitive strategies

It allows them to guarantee the provision of products and services capable of exceeding the expectations of their guests.

Keywords: adaptation, competitiveness, hotel, quality

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una disciplina que implica el análisis de múltiples factores, que intervienen en el desarrollo y evolución en el ámbito económico, social y ambiental, pilares que conforman la anhelada sostenibilidad.

La investigación retoma una revisión en la prestación del servicio al huésped, sin embargo, a manera de reflexión metódica, dentro de la administración y organización, se propone el análisis de los procesos que llevan a la entrega de un producto final. Durante esta última década, los avances tecnológicos se han fusionado con las actividades de carácter administrativas y operativas de la planta turística específicamente el sector hotelero.

El uso de las tecnologías y la adopción de sistemas de gestión de calidad permiten identificar necesidades que requieren en los establecimientos de hospedaje para reorientar procesos y procedimientos clave para el correcto funcionamiento de las empresas. Estos principios son básicos al buscar el nivel de satisfacción de los usuarios, debido a que es un desafío para mejorar la calidad de los servicios en las empresas hoteleras, como es el caso de los hoteles de segunda categoría, que permitirá confirmar las diferencias entre los usuarios, los servicios que ofertan y el contexto integral donde está ubicado, creando resultados más efectivos (Veloz y Vasco, 2016).

La tarea pendiente para muchos países en desarrollo y en transformación, radica en superar la fragmentación social y mejorar la capacidad de aprendizaje, sobre todo la capacidad para responder con prontitud y eficacia a los requerimientos de ajuste, una medida que permite optimizar el nivel de bienestar (Narvaéz, Fernández, y Henríquez, 2013). Posicionarse en el mercado es uno de los objetivos principales de las empresas, en este orden de ideas, el cumplimiento de los requisitos establecidos por las normas será básico para obtener distinciones o marcas de calidad [CITATION Sol00 \l 2058]. Estas permiten el posicionamiento de la empresa e incluso proyecta una buena imagen de la empresa. También, se entiende que cada esfuerzo por aumentar la calidad del servicio permitirá obtener un efecto positivo sobre la satisfacción de los clientes (Vergara, Quesada, y Blanco, 2011).

La búsqueda de la competitividad, implica indagar en nuevos procesos de mejora, y es a través en gran parte de certificaciones de calidad. Sin embargo, antes de presentar una certificación se debe realizar una valoración, siempre será recomendable que antes de programarse una auditoría de otorgamiento se haga una pre auditoría para medir el

grado de madurez del sistema de gestión de calidad, y corregir posibles falencias para presentarse a la auditoría con un alto grado de confianza en que obtendrá la certificación[CITATION Lov04 \l 2058].

En el campo del turismo, la calidad turística se hace indispensable en las actividades empresariales y se refiere al servicio, donde la calidad se mide desde la apreciación del turista, es decir, todo se resume en la satisfacción y superación de las necesidades y requerimientos que tenga el turista (Castilla y Alarcón, 2017). La empresa que quiere sobrevivir en el mercado debe ofrecer un servicio de la mayor calidad posible. Considerando las características de los turistas potenciales, con un acceso a información sobre la oferta que ha cambiado de forma radical, la forma de informarse y contratar el producto (Aznar, Bagur, y Rocafort, 2016). Existe un elemento fundamental para la empresa el análisis completo de la demanda de servicios en esta búsqueda de mejorar los servicios (Mora y Duran, 2017). El objetivo del presente artículo es realizar un estudio documental que permita identificar cuáles son los modelos o sistemas enfocados a los procesos de calidad implementados en el sector hotelero para adoptar una postura competitiva en los establecimientos de hospedaje. El estudio explica la necesidad que presentan las empresas de alojamiento, para mejorar y lograr la satisfacción del cliente, así como, la productividad interna de las empresas, mediante procesos y procedimientos de mejora continua.

2. Metodología

La investigación consideró una revisión descriptiva de la variable gestión de la calidad en el sector hotelero, también, se consideró la variable de competitividad para identificar qué tipo de estudios proporcionan información concerniente a la influencia de los procesos de calidad en la competitividad de las empresas turísticas. La búsqueda de la información comprende el periodo de febrero del 2019. Primeramente se realizó una consulta en los siguientes sitios web Google académico, Scopus, y buscadores online (Redalyc, Dialnet, Scielo) concerniente a las variables enfocadas a procesos de calidad y competitividad.

El estudio partió del campo de las ciencias sociales es de tipo documental, descriptivo y transversal, un análisis de una amplia revisión de textos científicos enfocados a las variables antes descritas (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014). El análisis es de tipo descriptivo para enunciar las situaciones que convergen en el ambiente hotelero. No se busca comprobar algo en específico, el propósito es mostrar que problemáticas se presentan en los establecimientos de hospedaje y cuáles son las estrategias que se implementan para mejorar los procesos de calidad internos para obtener eficiencia, eficacia y rentabilidad para la empresa.

La revisión y análisis de la literatura consideró artículos publicados en revistas indexadas en idioma español e inglés, así como libros digitales y manuales enfocados a la variable de calidad, considerando las palabras clave adaptación, calidad, competitividad, hotelería. La información se agrupó en una tabla dinámica, con el contenido total de la literatura revisada. Así mismo, se utilizó el paquete estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) para generar el análisis de los documentos consultados y realizar las figuras y tablas correspondientes a las variables de estudio.

3. La organización a partir de procesos de calidad

El siglo XXI ha mostrado cambios radicales y apertura al uso de las tecnologías. La empresa siempre deberá estar estructurada para cumplir con una función determinada, siempre existirá una estructura básica, como sugiere Mintzberg en su diagrama de las

cinco partes fundamentales de la organización (Véase en figura 1). Las partes de la organización están unidas entre sí mediante distintos flujos: como autoridad, material de trabajo, de información y de procesos[CITATION Min05 \l 2058]. La coordinación es muy importante para el correcto funcionamiento de la organización. Es decir, existe esta relación entre un conjunto de elementos interrelacionados que facilitan la consecución de objetivos o los resultados de un conjunto[CITATION Ram02 \l 2058].

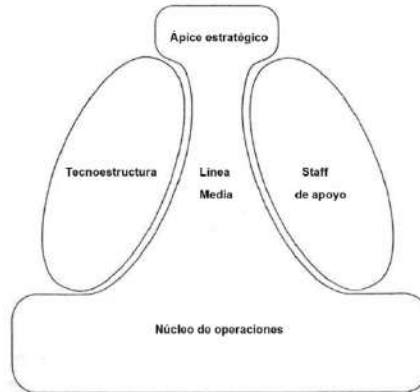


Figura 1. Cinco partes fundamentales de la organización. Elaboración propia con base en el modelo de Mintzberg.

La palabra procedimiento implica un proceso y una interacción con otros departamentos. Por tal motivo, existe el organigrama que indica la distribución de los departamentos, de acuerdo a la capacidad y categoría, así como, de las características físicas del edificio, del tipo de organización y del servicio y grado de calidad que se desea proporcionar[CITATION Bae09 \l 2058]. Existen definiciones referente al termino de calidad la Real Academia española RAE (2019, p.1) define la calidad como “la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”. El autor Philip B. Crosby (1998, p.23) señala que: “la calidad es cumplir con los requisitos y que esta puede medirse a través del dinero”.

La OMT (2016) concibe la calidad como:

[...] el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad a las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural. (p.15)

Las certificaciones de calidad en la hotelería son necesarias, un ejemplo claro es el turismo español, debido a que el aprendizaje les ha significado buscar estrategias que respondan a las necesidades globales. Este tipo de medidas atienden las problemáticas que tienen que ver con la importancia de la calidad como garantía de diferenciación frente al aumento de nuevos competidores (Sánchez, García, y Marchante, 2014).

Las estrategias para favorecer el funcionamiento de las empresas, se ha materializado con modelos enfocados a procesos de mejora, la Q de calidad es una herramienta en España que fundamenta dimensiones a favor de la calidad. Otro estándar internacional es la norma ISO que permite a las empresas demostrar su capacidad para proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente[CITATION ISO15 \l 2058]. La calidad es un elemento imprescindible para asegurar

la competitividad de la empresa, esto garantizará que lo que es bueno en el presente se mantendrá vigente en el futuro. El sistema de gestión de calidad (SGC) es una norma voluntaria de carácter internacional que determina los requisitos que, cualquier organización, pública o privada e independientemente de su tamaño o actividad que desarrolla, se busca el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente[CITATION BER08 \l 2058]. El objetivo del SGC es propiciar el mejoramiento continuo de los procesos. Esto implica crear la cultura, dotar de tiempo y recursos para la mejora, y utilizar herramientas para que el cambio forme parte de la actividad diaria (Cazañas, González, y González, 2010). La revisión sistemática permite concluir que los sistemas de gestión son un conjunto de elementos organizados e interrelacionados que permiten generar, mantener y mejorar continuamente la calidad en la prestación de los servicios[CITATION Rod11 \l 2058].

Básicamente, de acuerdo con los autores consultados los dos sistemas de calidad más ampliamente implantados son los sistemas de gestión total de la calidad (TQM, en sus siglas en inglés), por un lado, y los estándares ISO por otro (Sánchez, García, y Marchante, 2014). Si bien es cierto que implementar un sistema de calidad es una estrategia de gestionar optimizar las capacidades de las empresas. También, se puede simplificar como la aplicación de la ética empresarial; ya que como dicen Parasuraman et al. (1990) (Citado en Fernández, 2004, p.77) "Con un servicio de calidad, todo el mundo gana. Ganan los consumidores. Ganan los empleados. Ganan los directivos. Ganan los accionistas. Gana la comunidad. Gana el país". Es una estrategia ganadora, pero no se improvisa; es un planteamiento organizativo.

En el sector hotelero siempre ha existido la necesidad de optimizar la eficiencia y eficacia de la organización, para la prestación de servicios con calidad. Existen diferencias entre categorías de hoteles que no deberían existir, ni mucho menos ser tan considerables, porque finalmente las capacidades de la empresa van en función del tamaño. Es decir, las funciones son semejantes comparado con los corporativos de cinco estrellas, gran turismo y categoría especial, donde se recluta un número considerable de colaboradores[CITATION Del91 \l 2058]. Por consiguiente, una de las fortalezas de las empresas se encuentra en la correcta administración interna. Donde el proceso de gestión se refiere a las siguientes funciones: planificación, organización, dirección, dotación de personal y control.[CITATION AVE96 \l 2058]. En este orden de ideas, la calidad del servicio no dependerá de una sola persona. Es decir, aunque el gerente general tiene la responsabilidad de administrar el hotel y normalmente es en quien descansa su éxito o fracaso financiero, no siempre tiene la autoridad para establecer la política general para su operación. Esta función es prerrogativa a los dueños del hotel[CITATION Gra95 \l 2058].

Al revisar el concepto de calidad se encuentran enfoques que apuntan a diferenciar la calidad respecto de su perspectiva de análisis, se identifican tres elementos de estudio: los agentes, las relaciones y el entorno[CITATION MarcadorDePosición2 \l 2058]. Cada dimensión o proceso está dirigido a la satisfacción y superación de las necesidades y requerimientos que tenga el turista (Castilla y Alarcón, 2017). La calidad está inmersa en cada proceso que se realiza en la organización, para mayores argumentos como los que señala García y Sancho (2008) (Citado en García, Soto, y González, 2011, p.3) al decir que "las innovaciones y descubrimientos creados por la alta tecnología de la Información y la comunicación han sido la causa de las grandiosas transformaciones que ha experimentado el sector hotelero en los últimos 30 años". Entiéndase la calidad como la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente [CITATION Tar00 \l 2058].

3.1. Calidad y competitividad: una fusión de éxito empresarial

La revisión sistemática permite concluir que los sistemas de gestión son un conjunto de elementos organizados e interrelacionados que permiten generar, mantener y mejorar continuamente la calidad en la prestación de los servicios[CITATION Rod11 \l 2058]. Por otra parte, la competitividad empresarial origina que las empresas implementen estrategias a largo plazo para ser competitivos. En este orden de ideas (Aragón, Rubio, Serna, y Chablé, 2010, p. 4) señalan que “las empresas tienen diferentes objetivos estratégicos como son la búsqueda de máximo beneficio, el incremento de cuota de mercado, la mejora de la productividad o el aumento del éxito competitivo”.

En el caso de la hotelería, existen áreas concretas a revisarse, como el departamento de división donde se revisan los procesos generales y subprocesos que implica cada área[CITATION Lov04 \l 2058]. Además, se suman otras herramientas como los sistemas informáticos de gestión hotelera que son un factor determinante para la automatización y estandarización en los tiempos de ejecución de toda actividad dentro del hotel (García, Soto, y González, 2011).

Por otra parte, en la administración interna, la hotelería se ha beneficiado con la implementación de softwares capaces de reducir las tareas administrativas y ahorro en costos. Este argumento siempre ha sido común en el sector manufacturero, es parte de la evolución de los procesos cambiantes acordes al uso de las nuevas tecnologías, pero ya empieza a ser analizado en otros ámbitos de la economía como los servicios y en específico en el sector turismo (Damian y Suárez, 2015).

La competitividad no solo se puede apreciar desde la óptica de ahorro de costos para la empresa, también en la presentación del producto o servicio, el grado de calidad, la facilidad de uso, la vida útil, la confiabilidad, atributos simbólicos, incluso el trato que recibe el cliente por parte de los prestadores de servicio o bien la adaptación de la empresa a las demandas del mercado[CITATION Mon16 \l 2058]. Es fundamental para la competitividad de las empresas asumir una responsabilidad en la producción de bienes o servicios, para medirse a través de la capacidad de producir más con el menor uso de factores de producción (Cabrera, López, y Ramírez, 2011).

La satisfacción del cliente y su fidelización son componentes esenciales para incrementar la competitividad de las organizaciones, logra por medio del análisis y la medición del grado de satisfacción de los clientes, la entidad obtiene una retroalimentación básica para establecer planes de mejora relacionados con el cliente externo[CITATION Ari15 \l 2058]. Un factor de desarrollo para la empresa es el factor de mejora o estrategia de mejora, es decir, la inversión en tecnología para mejorar las capacidades de la empresa (Claver, Molina, y Pereira, 2005).

4. Resultados

Para realizar el artículo de revisión de literatura, se registró un total de 100 textos analizados, la mayor parte de los documentos se concentró en los años 2015, 2016, 2017 y 2018 (Véase en figura 2).

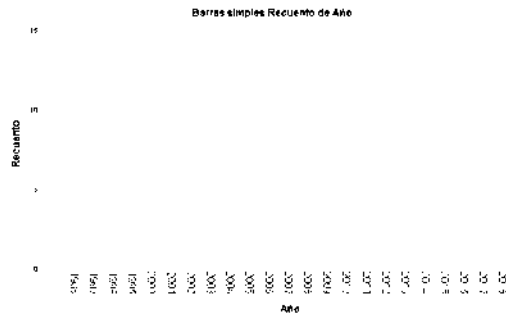


Figura 2. Promedio de bibliografía por años consultados

La información de mayor escala histórica data de 1985 acerca de la ventaja competitiva del autor Michael Porter (Véase en tabla 1).

Tabla 1. Media consulta por año

Estadísticos descriptivos							
	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desviación	Varianza
Año	100	33	1985	2018	2010	6.524	42.564
N válido (por lista)	100						

Fuente: Elaboración propia con base en el paquete estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

El total de material consultado constó de una revisión de 100 referencias bibliográficas distribuidas de la siguiente manera: 84 artículos científicos, 10 libros digitales, seis manuales referentes a la variable de calidad (Véase en tabla 2). Además, se consideró un total de 14 artículos de apoyo que se describen más adelante.

Tabla 2 Tipo de literatura consultada

Texto	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 Artículos	84	84.0	84.0	84.0
2 Libros	10	10.0	10.0	94.0
3Manuales	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con base en el paquete estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

Como resultado de la revisión se encontró un total de 58 referencias concernientes a la variable de calidad, distribuidas en 51 artículos científicos, un libro electrónico y seis manuales enfocados a la variable. Así mismo, se consideró 30 referencias bibliográficas en función de la variable competitividad, donde se encontró un total de 26 revistas científica y cuatro libros digitales (Véase en tabla 3).

Tabla 3 Total de búsqueda por variable

VARIABLES DE ESTUDIO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1Calidad	70	70.0	70.0	70.0
2Competitividad	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con base en el paquete estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Referente al resultado de las variables de estudio.

Al considerar la variable de competitividad y calidad se relacionó parte del material encontrado con otras temáticas afines a las variables, por ejemplo, la adaptabilidad, recursos humanos, comunicación, dirección, economía, excelencia, gestión, informática, innovación, responsabilidad empresarial, riesgo, satisfacción y por último estrategia, procesos y estructura organizacional, destacar que estos tres últimos temas fueron constantes respecto a los otros. Los temas descritos guardan una relación con la calidad, pero su incidencia se considera secundaria con respecto al desarrollo que se pretende del análisis, sin embargo, es importante, porque surgen las líneas de investigación o tendencias referentes al tema (Véase figura 3).

Referencias de apoyo



Figura 3. Ítems relacionados con las variables de estudio.

Por otra parte, la revisión permite identificar que existen un número considerable de referencias asociadas a la norma internacional ISO 9001 para abordar los temas referentes a procesos de calidad (Véase en tabla 4). Seguido del sistema de calidad total Quality Management, la escala de medición SERVQUAL, la Q de calidad y por último la European Foundation for Quality Management. Sistemas de calidad apropiados en esta década por los grandes corporativos para hacer frente a sus procesos internos de calidad.

Tabla 4 Tipos de certificaciones

Certificaciones internacionales implementadas en el sector turístico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 EFQM	4	4.0	4.0	24.0
2 ISO	35	35.0	35.0	39.0
3 Q	5	5.0	5.0	44.0
4 RE	3	3.0	3.0	47.0
5 SERVQUAL	6	6.0	6.0	53.0
6 TQM	12	12.0	12.0	65.0
Total	65	65.0	65.0	

Fuente: Elaboración propia con base en el paquete estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Estas son las siglas referente a la tabla de resultados EFQM European Foundation Quality Management, ISO International Organization for Standardization, Q de calidad es una marca de prestigio enfocada a la calidad, RE responsabilidad empresarial, SERVQUAL calidad en el servicio, por último, la sigla TQM Gestión de la calidad total.

La consulta concentró de las 100 referencias un total de 77 documentos escritos en español y 23 en idioma inglés, de la variable calidad un total de 50 referencias escritas en el idioma español y 20 referencias en inglés. Respecto a la variable de competitividad la consulta de material en español fue de 27 artículos y tres en el idioma inglés (Véase en tabla 5).

Tabla 5 Total de textos por idioma consultados

	Idioma			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 Español	77	77.0	77.0	77.0
2 Ingles	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con base en el paquete estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

Con relación a la metodología utilizada en los artículos se detectó que respecto a la variable calidad existen 42 referencias de tipo cualitativo y 12 de tipo cuantitativo, donde se realiza investigación de análisis y evaluación. Con relación a la metodología utilizada en los artículos se detectó que respecto a la variable competitividad existen 15 referencias de tipo cualitativo y dos de tipo cuantitativo, y dos con un enfoque mixto (Véase en tabla 6).

Tabla 6 Caracterización metodológica de los textos analizados

Metodología

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 Cualitativo	62	62.0	62.0	62.0
2 Cuantitativo	24	24.0	24.0	86.0
3 Mixto	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con base en el paquete estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). La revisión de la literatura contempló los enfoques cualitativo, cuantitativo y mixto.

Con relación a la metodología utilizada en los artículos se detectó un total de 62 artículos con un enfoque cualitativo, 24 cuantitativos y 14 mixto. Así mismo, 98 tienen características de descriptivo y dos explicativos (Véase en tabla 7).

Tabla 7 Método utilizado en los textos

Método

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 Descriptivo	98	98.0	98.0	98.0
2 Explicativo	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con base en el paquete estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). El método aplicado en las investigaciones se concentró en el descriptivo y explicativo en menor proporción.

La técnica utilizada para las investigaciones consistió en mayor medida del análisis de 57 artículos de revisión bibliográfica, 26 estudios con aplicación de cuestionario, cinco que realizaron entrevistas y 12 artículos consideraron el método combinado de la encuesta en sus dos aplicaciones (Véase en tabla 8).

Tabla 8 Técnica aplicada en los textos analizados

Técnica aplicada en los documentos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 Cuestionario	12	12.0	12.0	12.0
2 Encuesta	26	26.0	26.0	38.0
3 Entrevista	5	5.0	5.0	43.0
4 Bibliográfica	57	57.0	57.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con base en el paquete estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

La siguiente gráfica muestra los países donde se ha desarrollado investigación de la variable calidad. El mayor porcentaje de fuentes se concentró en los países de España y México (Véase en tabla 9).

Tabla 9 Búsqueda de textos por país

País

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 Argentina	2	2.0	2.0	2.0
2 Brasil	1	1.0	1.0	3.0
3 Chile	1	1.0	1.0	4.0
4 Colombia	10	10.0	10.0	14.0
5 Croacia	2	2.0	2.0	16.0
6 Cuba	6	6.0	6.0	22.0
7 Ecuador	6	6.0	6.0	28.0
8 España	22	22.0	22.0	50.0
9 EUA	4	4.0	4.0	54.0
10 Holanda	1	1.0	1.0	55.0
11 Irán	1	1.0	1.0	56.0
12 Lituania	1	1.0	1.0	57.0
13 Macedonia	1	1.0	1.0	58.0
14 Malasia	3	3.0	3.0	61.0
15 México	21	21.0	21.0	82.0
16 Perú	2	2.0	2.0	84.0
17 Polonia	1	1.0	1.0	85.0
18 Portugal	2	2.0	2.0	87.0
19 Republica checa	1	1.0	1.0	88.0
20 Reino unido	1	1.0	1.0	89.0
21 Rumania	1	1.0	1.0	90.0
22 Serbia	1	1.0	1.0	91.0
23 Taiwán	1	1.0	1.0	92.0
24 Suiza	4	4.0	4.0	96.0
25 Republica dominicana	1	1.0	1.0	97.0
26 Venezuela	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con base en el paquete estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

Destacar que se encontró un mayor número de casos de estudio a partir de los procesos de calidad y competitividad en España con 22 artículos, 21 en México, 10 en Colombia, seis en Cuba y Ecuador, cuatro en EUA Y Suiza. Las referencias respecto a la competitividad, se recopiló una mayor fuente de datos en México con nueve artículos de los 21 artículos totales por país, seguido por EUA con tres.

5. Discusión

El análisis y revisión de literatura con relación a los conceptos de calidad y competitividad, mostró la importancia que se otorga a los procesos de calidad para mejorar e incrementar la rentabilidad y competitividad de la empresa, es decir, la literatura revisada asoció la existencia de una estrecha relación entre ambas variables, la metodología mostro una tendencia en la literatura revisada a describir esta de relación de las variables por medio del método cualitativo con un 62 %, el método cuantitativo 24 % y el método mixto con 14%. A partir del método cualitativo se encontró definiciones importantes respecto a la calidad. Para Crosby (1998) la calidad es cumplir con los requisitos y esta puede ser medida por medio del dinero, precisamente esta afirmación del concepto tiene una relación con la rentabilidad de los establecimientos de hospedaje, debido a que se busca

disminuir los gastos e incrementar la competitividad de la empresa. En el caso de la calidad relacionada al turismo la OMT (2016) señala que la calidad implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios. La calidad es importante y se hace presente en aspectos fundamentales para las empresas, los conceptos analizados confirman el compromiso que se adquiere con los usuarios, en el caso del turismo con los turistas.

El artículo de revisión permitió identificar qué tipo de estrategias utilizan los hoteles para el mejoramiento continuo de los procesos, así como, identificar los sistemas de calidad utilizados con mayor frecuencia en las organizaciones. Este tipo de aprendizaje se presenta de manera empírica en la hotelería, en otros casos se necesita emplear marcas o sistemas certificados. Como señala Cazañas, González, y González (2010) estos procesos implican crear la cultura, dotar de tiempo y recursos para la mejora, y utilizar herramientas para que el cambio forme parte de la actividad diaria, y se involucre cada departamento de la organización.

Los resultados indicaron esta tendencia a mejorar las capacidades de una empresa para responder a la demanda actual y cambios en el comportamiento de los viajeros. Asimismo, la investigación aportó al entendimiento de la relación que existe entre el material literario, respecto a las variables calidad y competitividad que se presentan como una necesidad para el sector hotelero.

Existen temas a considerar como líneas futuras de investigación, luego de la revisión realizada, por ejemplo en la figura 3, se observan tres temas relacionados con las variables de estudio, primeramente la estructura organizacional, en segundo lugar los procesos y por último la adaptación, estas temáticas se relacionaron con la adopción de nuevos procesos para mejorar el funcionamiento interno, donde una de las dificultades que se observaron es la resistencia al cambio. Sobre todo en empresas donde se ha trabajado de manera empírica la dinámica diaria del desarrollo de actividades. Notoriamente, esta situación resulta contraria para las empresas que sus procesos organizacionales aplicados han sido eficaces durante mucho tiempo, la resistencia al cambio sería menor, en consecuencia a la aplicación de una técnica nueva, o bien se gestionara un cambio incluso en el giro de la empresa. En este sentido, el resultado acerca de las referencias de apoyo que se registró en la revisión denotó que en función de los 70 documentos de calidad y 30 de competitividad, existen otros temas que se aplican en el desarrollo de sistemas de calidad como:

- La adaptabilidad
- Recursos humanos
- Comunicación
- Dirección
- Economía
- Estrategia
- Excelencia
- Gestión
- Informática
- Innovación
- Estructura organizacional
- Procesos
- Responsabilidad empresarial
- Riesgo
- Satisfacción

Existe una diferencia importante en cuanto a la técnica utilizada en los documentos, 57 artículos científicos emplearon revisión bibliográfica, 26 la técnica de la encuesta combinada (mixto), 12 cuestionario y cinco entrevistas. Estos resultados permiten inferir que a través de la revisión bibliográfica se busca dar explicación a las variables de calidad y competitividad. Así como, el método mixto y cuantitativo buscan explicar el comportamiento de ciertos casos que se presentan en la hotelería.

La empresa que pretenda la implantación de procesos de calidad deberá estar sujeta a cambios, por lo tanto, será necesario la fuerza y convicción del liderazgo de la gerencia o dirección, como señala la norma ISO: 9001 que permita la participación activa del capital humano. La innovación tendrá un papel importante internamente porque permitirá facilitar las tareas de cada colaborador, situación que beneficia en otros detonantes de la empresa, como la calidad en el servicio y el servicio personalizado.

Las tendencias recientes en la administración reconocen la importancia de los recursos humanos, con la mayor parte de los enfoques nuevos diseñados para facultar a los empleados con magnificas oportunidades de aprender y contribuir, mientras trabajan juntos por lograr metas comunes[CITATION Daf10 \l 2058]. La gestión del conocimiento del talento humano facilita la eficacia, eficiencia así como calidad en productos y servicios mediante la innovación (Paz, Paz, y El Kadi, 2018).

6. Conclusión

El documento concluye que las dos variables analizadas calidad y competitividad mostraron una estrecha relación, se observó una conexión de los procesos de calidad para incrementar el nivel de competitividad de las organizaciones.

El análisis de la revisión de la literatura se centró en la empresa como organización inteligente, y la orientación a la búsqueda de mejorar los productos y servicios, por esta razón, el grado de competitividad que obtenga la empresa estará en función de una serie de variables que dependen de factores internos de carácter administrativo y operativo, así como, de la eficiencia de los procesos, la adaptabilidad, la coordinación e interrelación lineal de toda la estructura organizacional, el capital humano. Igualmente, se observó una influencia considerable a partir del uso de las innovaciones tecnológicas, precisamente para afrontar otro tipo de factores externos, que le proporcionan a la empresa esta ventaja competitiva como fue señalado por autores como Michael Porter.

La revisión de la literatura permitió inferir que los hoteles certificados obtienen mejores resultados en términos de ventas y eficiencia en la administración y operación para proporcionar servicios que satisfacen y exceden las expectativas de huéspedes. Y que certificaciones reconocidas como ISO, la Q de calidad y EFMQ pueden mejorar los resultados de las cadenas, con relación a la competitividad esperada.

En cuanto a este tipo de certificaciones internacionales, es evidente que las dimensiones entre estas guardan una similitud para su comprensión, y el tipo de metodología que se utilizó en los documentos revisados emplea los tres tipos de enfoques metodológicos, por ejemplo, se encontró una cantidad considerable de material documental, a partir de una metodología cualitativa, mixta y cuantitativa respectivamente referente al análisis conceptual y empírico acerca de la utilización del ISO, Q, EFQM, TQM Y SERVQUAL como instrumento de medida y seguimiento a los procesos de la calidad del servicio en las empresas en el sector del turístico.

Por último, el análisis de la calidad es importante y determinante para las empresas que buscan un posicionamiento en segmentos de mercado determinados. Además, de incrementar la productividad, que se traduce en rentabilidad en costos e ingresos.

De este modo, será importante continuar analizando que otro tipo de enfoques o líneas de investigación permite a las empresas ser rentables, a través de las fortalezas de la organización, con apoyo de una planificación estratégica a largo plazo o bien qué tipo

de tendencias en la demanda del mercado turístico influyen para la adaptación o readaptación de nuevos procesos de la empresa.

7. Referencias

- Aragón, S. A., Rubio, A., Serna, A., & Chablé, J. (2010). Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las MiPyMEs de Tabasco. *investigación y ciencia*, 4-12. Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/674/67413393002/>
- Arias, M. (2015). Análisis de la calidad percibida por el cliente en la actividad hotelera. *Ingeniería industrial*, 253-265. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v37n3/rii040316.pdf>
- Avelini, H. I. (1996). Total quality management for the hotel industry and tourism. *Tour. hosp. manag.*, 67-80. Obtenido de <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19971810948>
- Bàez, C. S. (2009). *Hotelería*. México: Grupo Editorial Patria S. A. de C. V. Obtenido de <https://www.editorialpatria.com.mx/pdf/9786074380941.pdf>
- Cabrera, M. A., López, L. P., & Ramírez, M. C. (2011). *La competitividad empresarial. un marco conceptual para su estudio*. Colombia: Ediciones Universidad Central. Obtenido de <https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/ssnid2016597.pdf>
- Castilla, A. G., & Alarcón, V. N. (2017). Evaluación de la calidad en establecimientos de alojamiento y hospedaje. *Semestre Económico*, 161-190. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S012063462017000200161&script=sci_abstract&tlng=pt
- Cazañas, R. M., González, G. A., & González, M. d. (2010). *Diseño de un sistema de gestión de la calidad en el proceso de alojamiento en el hotel "gran caribe villa tortuga"*, 1-6. Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/3604/360433575006/>
- Claver, C. E., Molina, A. J., & Pereira, M. J. (2005). Estrategias y ventajas competitivas de los hoteles españoles y su relación con el desempeño. *Papers de turisme*, 27-43. Obtenido de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/27957/1/2005_PapersTurisme.pdf
- Crosby, B. P. (1998). *La calidad no cuesta, el arte de cerciorarse de la calidad*. México: Editorial Continental, S. A. DE C. V.
- Daft, L. R. (2010). *Teoría y diseño organizacional*. México: Cengage Learning Editores, S. A. de C. V. Obtenido de <https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/a470398d881ef04626b994461fc4879b.pdf>
- Damian, I., & Suárez, B. M. (2015). Innovación de procesos en la gestión turística: Una revisión de la literatura. *intangible capital*, 147-165. Obtenido de <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/80135/530-3166-2-PB.pdf>
- De la Torre, F. (1991). *Administración hotelera. División cuartos*. México: Editorial Trillas S. A. de C. V.
- Del Río, B. L. (2008). Cómo implantar y certificar un sistema de gestión de la calidad en la universidad. *Revista de Investigación en Educación*, 5-11. Obtenido de <http://reined.webs.uvigo.es/index.php/reined/article/view/40>
- Duque, O. E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 64-80. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/30>
- Fernández, C. M. (2004). La gestión de calidad en las empresas hoteleras. *Papers en turismo*, 75-93. Obtenido de https://scholar.google.com.mx/scholar?hl=es&as_sdt=0,5&q=Fern%C3%A1ndez,+

- García, S. A., Soto, I. M., & González, O. N. (2011). *Los sistemas informáticos de gestión hotelera y los beneficios de su implementación TURyDES*, 1-38. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/sio.pdf>
- Gray, W. S. (1995). *Hoteles y moteles. Administración y funcionamiento*. México: Editorial Trillas S. A de C. V.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL. Obtenido de https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- ISO9001. (2015). Norma internacional. Suiza: Secretaría central ISO. Obtenido de www.iso.org
- Lovera, P. (2004). El sistema de gestión de calidad (s.g.c.) en establecimientos hoteleros y turístico bajo las normas iso 9000 versión 2000. *Turismo y sociedad*, 104-109. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2229>
- Mintzberg, H. (2005). *The structuring of organizations*. España: Editorial Ariel, S. A. Obtenido de <http://cmap.upb.edu.co/rid=1P7XT3S2F-1M5J3G8-QS/Mintzberg%20Estructuraci%C3%B3n.pdf>
- Monterroso, E. (2016). Competitividad y estrategia: Conceptos, fundamentos y relaciones. *Revista del Departamento de Ciencias Sociales, Vol. 3*, 4-26. Obtenido de <http://www.redsocialesunlu.net/wp-content/uploads/2016/05/RSOC014-002Competitividad-y-estrategia-MONTERROSO.pdf>
- Mora, L., & Duran, M. E. (2017). Elementos básicos sobre la gestión de calidad en turismo. *Ciencias económicas y empresariales*, 163-176. Obtenido de <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- OMT. (2016). *Informe del Secretario General*. Málaga: España.
- Paz, J., Paz, J., & El Kadi, O. (2018). Cultura de innovación como plataforma de desarrollo organizacional. *Research gate I Jornada Binacional de Investigación*, 779-789. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/298764355_CULTURA_DE_INNOVACION_COMO_PLATAFORMA_DE_DESARROLLO_ORGANIZACIONAL
- RAE, R. A. (20 de Abril de 2019). *Real Academia Española*. Obtenido de [https://dle.rae.es/?id=6nVpk8P\]6nXVL1Z](https://dle.rae.es/?id=6nVpk8P]6nXVL1Z)
- Ramírez, C. C. (2002). *Hoteles. Gerencia, seguridad y mantenimiento*. México: Editorial Trillas S. A. de C. V.
- Rodríguez, R. Y. (2011). Aporte de los sistemas de gestión de calidad a la seguridad del paciente: panorama internacional. *Umbral Científico*, 29-38. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30421523005>
- Sánchez, Ollero José Luis; García, Pozo Alejandro; Marchante, Mera Andrés J. (2014). Análisis de la incidencia de las certificaciones de calidad sobre la productividad de los hoteles en Andalucía. *Universia Business Review*, 88-103.
- Solsona, J. M. (2000). Calidad en la gestión de alojamientos turísticos rurales. *Gestión Turística. Nº5*, 65-89. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2935172.pdf>
- Tarí, G. J. (2000). *Calidad total: fuente de ventaja competitiva*. España: Compobell, S.L. - Murcia. Obtenido de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/13445/1/Tari_Guillo_Calidad_total.pdf
- Veloz, N. C., & Vasco, V. J. (2016). Calidad en el servicio de las empresas hoteleras de segunda categoría. *Revista Ciencia UNEMI*, 19-25. Obtenido de <http://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/view/300/262>
- Vergara, J. C., Quesada, V. M., & Blanco, I. (2011). Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los usuarios en dos hoteles cinco estrellas de la ciudad de Cartagena (Colombia) mediante un modelo de ecuaciones estructurales. *Ingeniare. Revista chilena*

de *ingeniería*, 420-428. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S071833052011000300011&script=sci_arttext&lng=e

ESTRUCTURA OPERATIVA DE RESCATES Y SALVATAJES EN MONTAÑA, CASO DE ESTUDIO REGIÓN METROPOLITANA.

Lic. Alicia Fernández Briones
Mg. Pablo Rebolledo Dujisin¹

Resumen

En los espacios de montaña cercanos a centros urbanos, se realizan actividades recreativas: senderismo, excursionismo y montañismo, en la mayoría de las ocasiones, sin la compañía de un guía especializado, exponiendo a visitantes y deportistas a riesgos difíciles de controlar, que van desde accidentes a la muerte, generando costos para el Estado y para los administradores de espacios naturales.

Actualmente en Chile no se tiene claridad respecto de protocolos o procedimientos de seguridad asociados a las actividades recreativas en montaña, por lo que la experiencia de los visitantes se vuelve totalmente vulnerable e impredecible. Comúnmente, diversos organismos se encargan de prestar ayuda en caso de emergencias bajo sus propios sistemas de organización y con escasa coordinación.

El presente estudio recabó información dispersa para realizar un diagnóstico respecto a los procedimientos de los organismos de rescate de la región Metropolitana en Chile.

Se propone analizar y diagnosticar, a nivel exploratorio, el sistema actual de los rescates en montaña de la Región, caracterizando tanto a los espacios montañosos con mayor accidentabilidad como a los organismos que participan en los rescates, así como sus protocolos y procedimientos de emergencia.

Palabras Clave: Rescate, Salvataje, Accidentes en Montaña

Abstract

For the most part, recreative activities in mountains areas nearby cities, are made without the company of a specialized guide, exposing visitors and athletes to risks ranging from accidents to death. These risks incur expenses to the State and to natural space managers.

¹ Universidad Andres Bello, Carrera de Administración en Ecoturismo, Sede Viña del Mar.
pablo.rebolledo@unab.cl
afernndezbriones@uandresbello.edu

Nowadays, in Chile there is no clarity about safety protocols nor proceedings associated to recreative activities in mountains. Therefore, visitors experience becomes totally susceptible and unpredictable. Commonly, diverse organizations are responsible for providing assistance in case of emergency under their own systems of organization and scarce coordination.

The current study raised dispersed data and it aims to assess the rescue organizations proceedings of the Metropolitan Region of Chile.

It is propose to analyze and diagnose, at an exploratory level, the current system of the rescues in mountain of the Region, characterizing the mountainous spaces with the higher accident rate and the organizations who participate in rescues, as well as the emergency protocols and proceedings.

Keywords: Rescue, Salvage, Accidents in Mountain

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene la intencionalidad de recopilar, analizar y diagnosticar la información dispersa respecto de accidentabilidad y rescates en actividades turístico recreativas de montaña en la región Metropolitana de Chile, para aclarar las labores específicas de las instituciones y organismos que se involucran tanto directa como indirectamente en dichas emergencias. La idea central es evidenciar la situación actual, cómo se llevan a cabo los procedimientos y descubrir cuáles son las entidades responsables del correcto desenlace de la experiencia de un visitante que decida concurrir a sectores montañosos de forma segura.

En primera instancia y considerando puntualmente la problemática de estudio, es de vital importancia conocer la diferencia entre los conceptos “rescate” y “salvataje”: para el caso de estudio se considerará rescate como un procedimiento que se lleva a cabo cuando se extrae un cuerpo sin vida de una emergencia, y salvataje, cuando se socorre y extrae a una persona con vida de una emergencia.

Puntualmente, en el caso de la región Metropolitana, los centros poblados más cercanos a los espacios de montaña están ubicados principalmente en el piedemonte de Santiago, compartiendo 13.242 hectáreas de precordillera [CITATION Par16 \l 13322]. Las comunas de Lo Barnechea, Las Condes, La Reina, Peñalolén y La Florida, se establecen en el piedemonte y cuentan con espacios afines con actividades recreativas al aire libre.

Actualmente, dentro de la Región, se hace difícil precisar la cantidad de turistas y deportistas que acceden a las montañas, ya que no existen datos fidedignos de dicha información, ni tampoco de cuál es la montaña más demandada turísticamente [CITATION Reb10 \t \l 13322]. Además, la información disponible sobre de accidentes se limita a estudios más exhaustivos relacionados a las causas de fondo, por lo que finalmente la escasez de información dificulta, en todos los sentidos, el manejo de la seguridad.

Se hace difícil establecer lineamientos específicos en materias de seguridad en montaña si la información disponible es escasa y desarticulada, presentándose una importante laguna de conocimiento en la materia. Actualmente, no existe información disponible para visitantes relacionada con los procesos y medidas de comportamiento que hagan comprender en desenlace de las emergencias en montaña en Chile.

Con lo anterior, nace la necesidad de conocer o caracterizar los espacios de montaña con mayor accidentabilidad, así como de los organismos que participen en rescates y salvatajes y sus protocolos de emergencias; además, se justifica la necesidad contar con información fidedigna para esclarecer la condición de la seguridad general de las actividades deportivas, recreativas y turísticas en espacios montañosos, y un método que logre unificar criterios.

2. OBJETIVO

Esta investigación se centra en realizar un diagnóstico a la estructura operativa de los rescates y salvatajes en montaña de la región Metropolitana; se trata de una investigación pura centrada en la obtención de conocimientos a partir del análisis teórico, sin la aplicación de estos conocimientos ni de métodos empíricos. De profundidad exploratoria, como primer acercamiento al problema a nivel nacional con base en datos cualitativos y algunas herramientas cuantitativas de apoyo, aplicadas en un uso de variables no experimental y con una lógica interna del proceso investigativo de carácter analítico-sintético[CITATION Hay051 \l 3082].

Respecto de las variables de estudio, para efectos de orden se establecieron 3 objetivos específicos con sus respectivas variables e indicadores que se resumen a continuación:

Tabla 1. Cuadro de operacionalización de variables por objetivos

Caracterizar los espacios de montaña con mayor accidentabilidad y el perfil del visitante
--

Variable	Aspectos demográficos de los accidentes en montaña
Fuente de información	Revisión de fuentes bibliográficas, Estadísticas UTEM-GOPE, CONAF y Parque Cordillera
Caracterizar a organismos que participan en rescates y salvatajes en montaña	
Variable	Características de organismos que participan en rescates y salvatajes en montaña
Fuente de información	Revisión marco legal, Entrevista, Portal de Transparencia Pública
Analizar protocolos de actuación de emergencias en montaña	
Variable	Protocolos de actuación de emergencias en montaña
Fuente de información	Base de datos, entrevistas, Portal de Transparencia

3. METODOLOGÍA

Como primera etapa se realizó una exhaustiva revisión de fuentes bibliográficas que permitieran desarrollar la base teórica para el desarrollo de instrumentos de levantamiento de información diagnóstica de diversas fuentes. Lo anterior incluyó la revisión de informes y estadísticas de diversas instituciones públicas y privadas. Además, se hace importante citar los aspectos legales que encabezan la problemática de estudio, como la Ley N°20.423, el Plan Nacional de Protección Civil y la Política Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres de ONEMI y otras leyes orgánicas.

A partir del marco legal vigente y un muestreo no probabilístico mediante la técnica de bola de nieve, se logra hilar una lista de actores destacados dentro del mundo de la seguridad en montaña [CITATION Zep17 \l 13322].

La etapa siguiente consistió en la realización de entrevistas presenciales con cada uno de los actores identificados. Estas entrevistas buscan conocer experiencias, opiniones, valores y creencias sobre la temática de estudio, además de percepciones y atribuciones que tienen ciertos actores sobre su participación en diversos organismos e instituciones [CITATION Her10 \l 13322], lo que permitió caracterizar cada uno de los procedimientos que desarrollan en caso de emergencias en montaña, desde distintos puntos de vista. Además, es importante evidenciar ciertas atribuciones y competencias puntuales que cada organismo posee, e identificar cuáles son los mecanismos de comunicación que utilizan al momento de las emergencias; en el caso de los organismos que se establecen

como “escenarios” de las emergencias en montaña, se realizaron entrevistas que tuvieron como fin evidenciar las acciones que han realizado hasta la fecha sobre la prevención de accidentes y su público objetivo, además de descubrir el nivel de información que manejan respecto a las estadísticas de accidentes de la región Metropolitana, y sobre su participación en los procedimientos de emergencias.

Además, se consideró pertinente levantar información a través del Portal de Transparencia, desde distintos organismos relacionados con las emergencias en montaña, con el fin de descubrir: estadísticas de accidentes en montaña de la Región, protocolos de actuación de emergencias en montaña o procedimientos de seguridad de emergencias en montaña, acciones para el fomento de actividades recreativas al aire libre, en zonas montañosas y acciones para la prevención de accidentes en montaña desde el 2015 a la fecha.

4. RESULTADOS

a. Caracterizar los espacios de montaña con mayor accidentabilidad y el perfil del visitante:

- Según CONAF, el MN El Morado recibió 17.031 visitas durante el año 2016 y se registraron 2 accidentes; GOPE no registra accidentes.
- El cerro Manquehue recibió aproximadamente 109.500 visitas durante el año 2016, y según GOPE, 21 visitantes se vieron involucrados en alguna emergencia.
- El Parque Natural Aguas de Ramón recibió alrededor de 98.293 visitas durante el año 2016; según Asociación Parque Cordillera, 102 visitantes se vieron involucrado en alguna emergencia, y según GOPE, solo 8.

Debido a la dispersa información, no todas las fuentes manejan data relacionada a las mismas variables, y en varios casos no coinciden entre ellas, por lo que, de acuerdo a la información entregada específicamente por el Grupo de Operaciones Policiales Especiales (GOPE), de los espacios definidos como aquellos con mayor accidentabilidad en la Región, los salvatajes se comportarían de la siguiente forma:

- 68% de los afectados pertenecen al género masculino, y más del 50% tiene entre 19 y 28 años; el segundo grupo etario tiene entre 39 y 48, seguido por el rango entre los 29 y 38 años, con 9 personas involucradas.
- De acuerdo a los factores de accidente, 25% se generan por una acción insegura (fatiga y deshidratación, enfermedad crónica y aislado), y el 75% restante por una posible condición insegura (extravío y trauma).
- Se destaca que ninguno de los accidentados pertenece a clubes federados de montaña.
- De la totalidad de los fallecidos: 3 personas estaban realizando actividades de media y alta montaña y 4 realizaban actividades de trekking.
- El principal factor de accidente se centra en el extravío, contemplando un 56% de las emergencias, seguido por fatiga y deshidratación con un 20%.

Por otro lado, y de manera disonante, las estadísticas Asociación Parque Cordillera indican un comportamiento absolutamente desigual indicando que, durante el año 2016, se recibieron 131.989 visitantes, en donde 163 personas se vieron involucradas en alguna emergencia, en su mayoría correspondiente a problemas físicos (83%) y accidentes (10%).

Según la información entregada por el SERNATUR y la CONAF, en el año 2016 se invirtieron más de 1.500 millones de pesos entre rescates y salvatajes. Esta cifra corresponde a un total de 38 afectados, entre ellos, 24 personas extraviadas, 6 accidentados y 8 fallecidos [CITATION Jer17 \l 13322]. En este contexto se estima que, por cada emergencia informada, el Estado gasta cerca de 40 millones de pesos.

b. Caracterizar a organismos que participan en rescates y salvatajes en montaña

- De todos los organismos estudiados, sólo GOPE y Bomberos de la 19° Cía. De Lo Barnechea tienen la capacidad técnica para asistir rescates agrestes específicamente.
- Organismos como Ejército y PDI, prestan apoyo logístico y poseen atribuciones técnicas enfocadas a sus especialidades respectivamente.

- Sólo GOPE tiene su formación basada en los estándares de la Federación de Andinismo de Chile, es decir, forman a montañistas, y junto con los conocimientos adquiridos en Carabineros logran formarse como un rescatista integral.
- Sólo GOPE tiene la atribución de asistir emergencias en montaña, ya sea por extravío o presunta desgracia, ya que forma parte de un procedimiento policial.
- A pesar de que, por lo general, tanto GOPE como Bomberos intervengan en rescates en montaña, ambos tienen protocolos de emergencia distintos, en donde, al menos la Compañía de Bomberos reconoce que la interacción entre organismos en las emergencias es escasa y de poca comunicación.
- Bomberos, a nivel nacional, poseen las certificaciones en base al Sistema de Comando de Incidentes, por lo que se considera una eficaz herramienta para la interacción, apoyo y coordinación de emergencias entre organismos de rescate.
- Debido a la escasez de información, no es posible analizar a cabalidad el aporte del Cuerpo de Socorro Andino (CSA) en rescates o salvatajes.

c. Analizar protocolos de actuación de emergencias en montaña

- La capacidad técnica en montaña de los organismos de rescate tiene límites, por lo que muchas veces es necesario contar con la ayuda de montañistas para apoyar rescates de alta exigencia.
- La comunicación entre organismos de rescate necesita mejor fluidez para la resolución efectiva de las emergencias en montaña.
- No todos los administradores o concesionarios poseen protocolos de emergencias adecuados a los espacios que contemplan.
- Ni Outlife ni la municipalidad de Vitacura tiene claridad sobre la cantidad de personas que acceden al cerro Manquehue, ni la cantidad ni causa de personas que se accidentan.
- Sólo Parque Cordillera, específicamente el Parque Natural Aguas de Ramón, posee un protocolo de emergencias acabado y completo para sobrellevar cualquier tipo de emergencia en el sector.

5. DISCUSIÓN

Es difícil precisar la cantidad de turistas que acceden a las montañas, y aún más difícil precisar la cantidad de turistas o visitantes que se accidentan. Es por esto que, dentro de la región Metropolitana, las estadísticas que fueron posible ser recabadas abarcan parte de las zonas montañosas de las Provincias de Santiago y Cordillera; cabe destacar que no todas las zonas montañosas del área de estudio cuentan con estadísticas de accidentes, por lo que finalmente sólo GOPE, CONAF y Asociación Parque Cordillera cuentan con datos precisos.

A diferencia de los factores de accidente de salvatajes, todos los factores mencionados tienen efectos fatales sobre los visitantes, y se podría decir que tanto extravíos sumado a malas condiciones climáticas e hipotermia, tienen relación con condiciones inseguras que afectan desde los aspectos ambientales y condiciones del territorio; y tanto trauma como caída de altura, entendidos como acciones inseguras que pueden causarse por falta de concentración al momento de desplazarse o malas maniobras respecto a la utilización de implementos técnicos, tienen que ver directamente con el nivel de capacitación de los visitantes, lo que debería ser, a estas alturas, parte de una política pública de prevención en lugar de rescate.

Respecto de los lugares estudiados, es el Parque Natural Aguas de Ramón el con mayor cantidad de accidentes de las estadísticas facilitadas por la Asociación Parque Cordillera; Monumento Natural El Morado, como el único que posee registro de accidentes dentro de las estadísticas facilitadas por CONAF; y finalmente, el cerro Manquehue, como el espacio montañoso con mayor cantidad de accidentes de las estadísticas facilitadas por la investigación a través de la información del GOPE, todos bajo el criterio del investigador basado en: los espacios montañosos con mayor cantidad de accidentes basándose en cada estudio o información entregada de cada organismo de forma particular.

En otro ámbito de cosas, también destaca que los municipios de cordillera carecen de datos e información que les permita hacer frente a esta problemática, por ejemplo, la Municipalidad de Vitacura indicó que esa comuna no posee espacios montañosos, siendo que los dos principales accesos al cerro Manquehue se encuentran en ese lugar, por otro lado, tanto la Municipalidad de La Reina y la de Las Condes indican que no cuentan con protocolos de actuación en emergencias en montaña o procedimientos específicos como municipio, pero si aclara, la municipalidad de Las Condes, que la Asociación Parque Cordillera se encarga de gestionar la prevención de accidentes y controlar los accesos a

dichos recintos precordilleranos, especificando que como municipalidad se rigen dentro del Plan de Protección Civil Comunal, en donde se determina el accionar ante emergencias y la coordinación con organismos técnicos. Por otra parte, la municipalidad de La Reina, destaca que tienen conocimiento de la existencia de un protocolo perteneciente al Parque Aguas de Ramón, dependiente de la Asociación.

Se esperaría, entonces que, en el futuro próximo, GOPE, Bomberos y CSA, puedan hacer sus cursos formativos coordinados, lo cual indirectamente ayudaría a fortalecer la comunicación entre ellos; de esta forma sería de esperar que el Estado busque anteponerse a las emergencias, comunicando de forma correcta y oportuna a visitantes y futuros visitantes que deseen realizar actividades en montaña.

Sería interesante también comunicar la importancia del equipamiento básico, de mantenerse en los senderos, de conocer la meteorología y de la capacitación para los visitantes, así como la organización de protocolos coordinados entre los organismos de rescate y las municipalidades de comunas de montaña.

6. CONCLUSIONES

En primer lugar, se puede mencionar que las diferentes apreciaciones y subjetividad en cuando a la evaluación de las emergencias en montaña deja un resultado ruidoso y difícil de precisar. A pesar de esto, identificar el problema de la clasificación de los accidentes en montaña y sus dispersos parámetros de evaluación, abre puertas para nuevas propuestas al respecto, y la necesidad de unificar criterios basados en la realidad nacional evidenciada en esta investigación.

Si bien, no todos los organismos de rescate poseen protocolos de emergencias en montaña establecidos ni publicados, y no todos los parques o zonas montañosas contemplan la prevención de accidentes, la investigación permitió identificar de forma satisfactoria el estado del arte de la seguridad en montaña de la región Metropolitana; además, permitió reconocer que, a pesar de que no sea una exigencia reglamentaria, organismos como Parque Cordillera considera óptimo mitigar las emergencias mediante medidas de seguridad oportunas, como lo son los protocolos de emergencia; también, queda en evidencia que no todos los sectores montañosos con administración establecida gestionan pertinentemente el uso de sus zonas de sacrificio.

Por otra parte, a pesar de que Chile se intente posicionar como escenario ideal para las actividades de turismo aventura, el país no ha desarrollado planes fundamentales para el desarrollo y estudio de las montañas; se hace sumamente importante destacar que estudiar desarrollo de las montañas en todos sus aspectos, podría establecer vínculos más cercanos con los asentamientos periurbanos que colindan con las montañas. En el caso de la zona central, 2,8 millones de habitantes conviven con montañas, en donde probablemente, la oportunidad de re-conocer las montañas a través del turismo, sea una herramienta fundamental para agilizar procesos de acceso libre, para inculcar la responsabilidad del visitante y finalmente, para reposicionar en muchos casos, el sentido de pertenencia.

Desde lo anterior, es difícil controlar la conducta de quien visita las montañas, ya que, por lo investigado, ni las estadísticas de visitación ni las estadísticas de accidentes adjuntan información clave para identificar quienes están realizando las actividades en la montaña; a pesar de que realicen actividades generalmente de medio día o día completo, no se tiene claridad si son personas experimentadas o no, si realizan actividades de turismo aventura como senderismo o excursionismo, actividades de ecoturismo o simplemente visitan la montaña con motivos recreacionales o deportivos.

Así mismo, sin poder identificar claramente quienes visitan las montañas, es aún más difícil identificar quienes se accidentan para realizar acciones al respecto. La responsabilidad en cuanto al manejo de emergencias en montaña se encierra en 3 actores importantes: El visitante, el parque o área natural y el organismo de rescate. El buen desenlace de una experiencia se basa en la responsabilidad del protagonista (el visitante), en la prevención y seguridad (parque o área natural) y en la eficiencia en la respuesta en caso de alguna emergencia (organismo de rescate).

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Hay, I. (2005). *Qualitative research methods in Human Geography*. Oxford: Oxford University Press.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2010). *Metodología de la investigación*, quinta edición. México: McGraw-Hill.
- Jerez, O., & Cifuentes, N. (2017). *Lifetrack, prevención y rescate*. Santiago: Laboratorio de Gobierno.

Parque Cordillera. (2016). El Piedemonte de Santiago y sus servicios ecosistémicos. Santiago: Maval SPA.

Rebolledo, P., & Fica, R. (2010). La formación de guías de turismo de montaña y alta montaña: El caso chileno. *Gestión Turística*(14), 83-95.

Zepeda, J., Ponce, G., & Vergara, F. (2017). El mapeo de actores y conformación de cuerpos de participación pesquera. *Región y sociedad*, XXIX(68), 259-277

2

**TURISMO, DESARROLLO TERRITORIAL
Y GOBERNANZA**

Ordenamiento Territorial y Turismo: problemas y desafíos en zonas precordilleranas lacustres

Dra. Marisela Pilquimán Vera¹

Ldo. Gustavo Cabrera Campos²
Ldo. Patricio Tenorio Panguí³

Resumen⁴

Las zonas lacustres precordilleranas de la comuna de Panguipulli se caracterizan por su alto valor para el turismo unido a la presencia de un grupo importante de población mapuche. En un estudio de caso se analiza cómo operan los instrumentos de ordenamiento y planificación territorial y los procesos de transformación asociados a ellos, así como las principales debilidades que enfrentan, abordados principalmente desde la perspectiva del sector turístico.

Palabras claves: Ordenamiento Territorial – turismo – mapuche – conflicto.

¹ Centro de Estudios del Desarrollo Regional y Políticas Públicas, CEDER, Universidad de Los Lagos, Chile. marisela.pilquiman@ulagos.cl

² Centro de Estudios del Desarrollo Regional y Políticas Públicas, CEDER, Universidad de Los Lagos, Chile. gustavo.cabrera.campos@hotmail.com

³ Centro de Estudios Transdisciplinarios de Estudios Ambientales y Desarrollo Humano Sostenible, CEAM, Universidad Austral de Chile. patricio.tenoriop@gmail.com

⁴ La presente ponencia se inscribe en el marco del Proyecto CONICYT/FONDECYT No. 11170506. Patrimonio cultural, turismo y territorio.

1. INTRODUCCION

Ordenar el territorio implica plantear y responder tres preguntas: 1. ¿Qué se ha de ordenar? Los múltiples usos del suelo. 2. ¿Para qué se ha de ordenar? Responde a los fines y objetivos que propone la Ordenación del Territorio (OT), normalmente reflejados en la legislación (desarrollo económico, mejorar la calidad de vida, protección del medio, bien común, etc.) y 3. ¿Cómo se debe ordenar? Hace referencia a los criterios de ordenación que permitan la consecución de los objetivos planteados, traducido en instrumentos de planificación (Pujadas citado en Misutic, 2017, p. 217).

Por estos elementos la doctrina en general acepta como definición de OT “*la proyección espacial de las políticas sociales, económicas, culturales y ambientales de una sociedad. Es, a la vez, una disciplina científica, una técnica administrativa y una política, concebida como actuación interdisciplinaria y global cuyo objetivo es un desarrollo equilibrado de las regiones y la organización física del espacio según un principio rector*” (Consejo de Europa, 1983). Esta definición tiene su origen en la Carta Europea de Ordenación del Territorio (1983). En esta Carta el hombre y su bienestar, así como su interacción con el contexto ambiental, son el fundamento que debe orientar los esfuerzos en la ordenación del territorio, el que debe ser democrático, global, funcional y prospectivo.

Por tanto, un OT debe adoptar un enfoque global y sistémico en lo temático, de gran amplitud, que integre en un modelo conjunto las miradas económicas, sociales, políticas, administrativas y físico-naturales, fundado en uso adecuado del suelo — configurado a partir de un aprovechamiento económico coherente y amalgamado a su configuración geográfica—, cuidando del medio ambiente y recursos energéticos, que encauce la equidad social y preserve sus patrimonios tangibles e intangibles poniendo en valor su identidad. (Muñoz y Dziekonski, 2010).

Entonces, como el OT es “*la proyección espacial de las políticas sociales, económicas, culturales y ambientales de una sociedad*” (Consejo de Europa, 1983) se han examinado una serie de opciones estratégicas acerca del desarrollo en Chile, traducidas en diversas políticas de relativo consenso y continuidad temporal adoptadas en los últimos años tras el retorno de la democracia en 1990.

De su examen y de los instrumentos normativos derivados de ellas se concluye que en Chile el OT en tanto instrumento que coordine e interprete los distintos usos del suelo no existe y actualmente no se cuenta con un marco conductor de las diferentes normativas sectoriales que regulan los usos del suelo. Tampoco se cuenta con un sistema normativo integrado de Planificación Territorial, lo que no significa la inexistencia de cuerpos normativos, políticas, visiones e instrumentos con las que el sector público materializa las herramientas de Planificación Territorial y que tienen impacto en el OT resultante.

Sin embargo, es obligatorio mencionar que dentro de esta estructura leyes, ordenanzas y decretos que crean instrumentos específicos, instituciones y metodologías, la gran mayoría se refiere a ámbitos urbanos, excluyendo áreas rurales como el territorio que se investiga en el presente trabajo.

Dada la ausencia de normas claras y precisas, el problema se presenta cuando la iniciativa de planificación no es pública y orientada al bien común sino que privada y por tanto orientada a intereses privados, generalmente de corto plazo (Gómez, 2013), decisiones adoptadas en los centros de poder nacionales o extranjeros que no consideren los objetivos sociales y medio ambientales que serían necesarios de tener en cuenta, junto a la participación ciudadana, para elaborar propuestas sustentables (Stadel, 2000), definiendo los patrones de ocupación del territorio que favorecen la concentración y/o centralización tan propia de nuestra historia y tradición.

En el presente trabajo se analiza cómo operan estos instrumentos y las principales falencias que enfrentan, desde la perspectiva sectorial del turismo en zonas rurales lacustres precordilleranas de la comuna de Panguipulli, caracterizadas por la alta presencia de población mapuche y conflictos y problemas socio-ambientales de distinta intensidad, transformadas, además, en polos de atracción que reciben a un turismo creciente.

2. METODOLOGÍA

La investigación es cualitativa e inicia con un análisis documental para la identificación y categorización de los actores que forman parte de la administración pública de la zona de estudio y su incidencia en el ordenamiento territorial mediante la elaboración de instrumentos, planes y programas. A nivel nacional se escogen siete ministerios, dos corporaciones, cuatro servicios, y un instituto que componen el cuerpo administrativo nacional. A nivel regional se analizan dos instituciones: las Secretarías Regionales Ministeriales y los Gobiernos Regionales presentes en la zona de estudio. Por último, a nivel local se explora el trabajo realizado por el Municipio de Panguipulli enfocado principalmente en el desarrollo comunal en sus distintas facetas destacando las enfocadas a la promoción turística.

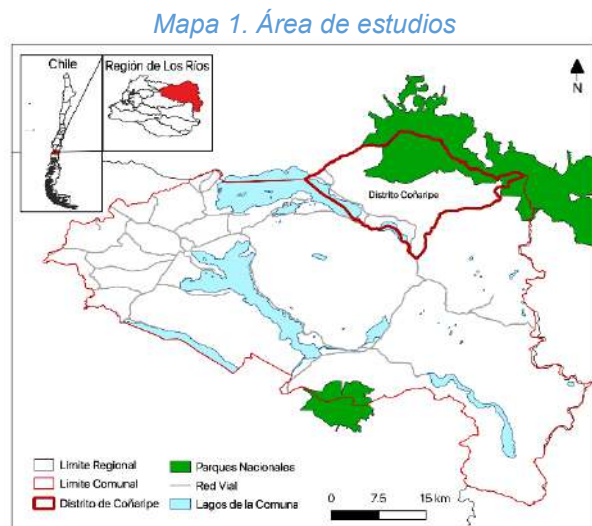
Una vez identificados los actores institucionales se realizó una revisión y sistematización del marco normativo legal y administrativo de los instrumentos de planificación territorial elaborada por tales actores. Se confeccionó una ficha para recabar información sobre visiones, misiones y objetivos de cada instrumento, plan y programa elaborado, metodologías y acciones propuestas, especialmente aquellas vinculadas con el turismo y el patrimonio presentes en la zona de estudio. En total se completaron 35 fichas. Para clasificar si los instrumentos aplican o no en la zona de estudio, la información recopilada fue corroborada en trabajo de campo por medio de entrevistas con actores sociales claves complementada con observación de campo. En este ejercicio se logra contrastar la visión institucional con la de quienes habitan y pertenecen al territorio.

3. EL ÁREA DE ESTUDIO

La comuna de Panguipulli se ubica en el extremo nororiente de la Región de Los Ríos, política y administrativamente depende de la Provincia de Valdivia, una de las dos provincias en las que se divide la Región de Los Ríos. Se conforma por doce distritos censales; nueve de ellos de carácter rural y tres semiurbanos o mixtos. El sistema de centros poblados se estructura a partir de la ciudad de Panguipulli, principal centro urbano y cabecera comunal. Cuenta con una población que asciende a 34.539 habitantes, el 42% de la población es mapuche.

En el año 2007, parte de esta comuna fue declarada Reserva de la Biosfera de Bosques Templados Lluviosos de Los Andes Australes por la UNESCO, en el año 2009 reconocida como Destino Turístico Siete Lagos y el año 2014 declarada Zona de Interés Turístico debido a su potencial turístico sustentado en sus atractivos naturales.

Específicamente, la zona de estudio de esta investigación abarca el distrito semiurbano de Coñaripe, que colinda hacia el oeste con el lago Calafquén y al este con el Parque Nacional Villarrica y la República Argentina, presenta un corredor natural binacional con presencia de Selva Valdiviana y Bosque templado lluvioso (Mapa 1). Su territorio se caracteriza por la presencia de balnearios, fuentes de aguas termales y paisajes naturales y rurales de gran valor para el turismo, paulatinamente transformada en un polo de atracción que reciben a un turismo creciente.



La presencia de actividades económicas orientadas al desarrollo del turismo, más la oposición a actividades extractivas y no extractivas que podrían emplazarse en esta área, le otorgan al territorio, particulares características, aunados, desde el punto de vista sociocultural, a la alta presencia de población mapuche y conflictos y problemas socio-ambientales de distinta intensidad.

4. RESULTADOS

Se ha explorado en el marco normativo chileno las normas y políticas sectoriales que más directa relación dicen con el OT y con la planificación territorial. En primer término, se hará una distinción entre los instrumentos de carácter indicativo, normativo y los instrumentos de planificación territorial, conforme a si encuentran o no aplicación práctica en la zona de estudio. En segundo término, se aborda el caso específico del sector turismo en el área de estudio. Se finaliza identificando algunos de los conflictos presentes y potenciales detectados en el área de estudio producto de la inexistencia de una regulación de OT o de una regulación defectuosa.

4.1 Instrumentos de carácter indicativo

Son aquellos que no tienen poder impositivo, pero contienen principios, lineamientos u acciones atractivas para la inversión de los actores económicos y sociales y que pueden tener consecuencias en el OT.

Tabla N°1: Instrumentos de carácter indicativo.

	Instrumento	Cómo opera en el territorio
Aplica	Política Nacional de Desarrollo Urbano (vigencia desde el año 2014)	Conforme a las definiciones de tal política el núcleo urbano de Coñaripe entra en tal categoría
	Política Nacional de Desarrollo Rural (vigencia desde el año 2014 al 2024)	El área de estudio es principalmente rural
	Política Nacional de Áreas Protegidas (vigencia desde el año 2005)	En el área de estudio se encuentra parte del Parque Nacional Villarrica.
	Estrategia Nacional de Biodiversidad (vigencia desde el año 2017 al 2030)	Asociada a la figura del Parque y a la declaración Unesco de Bosques Templados Lluviosos de los Andes Australes, en la categoría de Reserva de la Biosfera.
No aplica	Política Nacional de Uso del Borde Costero (vigencia desde el año 1994)	Por su naturaleza, aplica a borde litoral marino.
	Política Nacional de Ordenamiento Territorial ⁵	No vigente
	Plan Regional de Ordenamiento Territorial ⁶	No vigente

Fuente. Elaboración propia.

4.2 Instrumentos de carácter normativo

La ausencia de un cuerpo normativo específico que regule como un todo el OT implica examinar en el marco jurídico vigente aquellas normas sectoriales que tienen relación con el OT. Dentro de ellas, se estima que alcanzan mayor aplicación práctica en el área de son las siguientes.

Tabla N°2: Instrumentos de carácter normativo.

	Norma	Cómo opera en el territorio
Aplica	Ley General de Urbanismo y Construcciones y Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, D.F.L. N°458 de 1976.	Por medio de múltiples Ordenanzas Municipales
	Bases Generales de Medioambiente, Ley N°19.300	Política Nacional de Áreas Protegidas, 2005 Estrategia Nacional de Biodiversidad,

5 Política Nacional de Ordenamiento Territorial. La Ley N°20.174 de 2018 anunció una modificación a la Ley N° 19.175, Orgánica Constitucional sobre Gobierno y Administración Regional, estableciendo la elaboración de una Política Nacional de Ordenamiento Territorial (PNDT) y un Reglamento, que permitirían regular los planes de ordenamiento a nivel regional, por lo que cada gobierno regional debería ajustarse a las directrices que allí se definan. Actualmente no se encuentra vigente al no haberse dictado aún.

6 Política Regional de Ordenamiento Territorial (PROT). Pese a que desde 2010 la SUBDERE ha impulsado los PROT regionales, con la Ley 20.174 se establece el carácter vinculante de los PROT, eso sí, supeditados a la PNDT. Dado que esta última no existe, en la práctica, los PROT se encuentran paralizados.

	2017-2030 Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental	
Ley de Turismo, Ley 20.243; ZOIT, D.S. 30-2016	Estrategia Nacional de Turismo, 2012-2020 Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable, 2015 Plan de Acción Los Ríos sector Turismo, 2014-2018 ZOIT Plan de Acción Panguipulli 2017	
Ley de Fomento Forestal, Ley 20.283	Plan de Manejo Forestal para el Bosque Nativo	
Ley Indígena, Ley 19.253	Fondos Concursables de la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI)	
Convenio 169 O.I.T.	Procesos de Consulta Indígena	
Subdivisión Predial, D.L. 3516	Certificado de Subdivisión Predial	
Saneamiento D.L. 2695	Título de dominio	
Regulación del Cambio de Uso de Suelo, D.F.L. 458	Solicitudes aprobadas	
Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas	Parque Nacional Villarrica	
Ley de Navegación, D.L. 2222 de 1978	Permisos de escasa importancia	
Normas sobre adquisición y disposición de bienes del Estado D.L. 1939 de 1977	Acceso a playas y bienes nacionales	
No aplica	Ley sobre Asociaciones y Participación, Ley 20.500	Formación de Consejo de la Sociedad Civil (COSOC) y Juntas de Vecinos
	Ley de Pesca y Acuicultura, Ley 18.892	Concesiones acuícolas
	Ley de Minería, Ley 18.248	Concesiones mineras de exploración y explotación
	Ley de Espacios Costeros Pueblos Originarios, Ley 20.249	Por naturaleza, fuera del área de estudio
	Ley 17.288 de Monumentos Nacionales	No existe ninguna de las categorías contempladas en esa Ley en el área de estudio
	Derecho Real de Conservación, Ley 20.930	Gravamen inscrito en el Conservador de Bienes Raíces

Fuente. Elaboración propia.

Es importante señalar con respecto a los instrumentos normativos que aplican en la zona de estudio que, pese a que podrían tener una mayor aplicación, se producen fuertes contradicciones, atribuibles a normas diversas e incluso falta de fiscalización. Por ejemplo, a propósito de la subdivisión de predios motivado por la alta plusvalía que alcanzan atendida la presión de la demanda turística. La LGUC tiene prohibición expresa (con notables excepciones), pero el D.L. N°3516 lo permite, aun así, en la práctica no es muy utilizado por lo engoroso del procedimiento y principalmente porque la superficie mínima a dividir (500 metros cuadrados) es superior a lo que los propietarios de los terrenos desean “vender” para segundas residencias. Por ello, se recurre a otros mecanismos legales, pese a su dudosa legalidad (cesiones de derecho y posterior saneamiento). El saneamiento del D.L. 2695 de 1978 es también utilizado como mecanismo de transmisión de propiedad, esto es, “una forma de repartir herencias”, en vista de los costos y dificultades que plantea el sistema ordinario.

Respecto a Bases Generales del Medio Ambiente, Ley 19.300, desde el punto de vista de los agentes privados de la zona estudiada existe conciencia acerca de esta norma y de su espíritu. Es ampliamente mencionada, pero, al mismo tiempo, resulta mayormente desconocido para ellos los mecanismos que esa misma Ley contempla para la promoción y protección del medio ambiente. Incluso se detecta cierta frustración frente a la norma, por ejemplo, se repiten las preguntas acerca de cómo se permite la apertura y/o construcción de carreteras o de servicios turísticos al interior del Parque Nacional Villarrica sin considerar los impactos ambientales ni la opinión local.

Por otra parte, aunque la ley mandata el respeto y preservación de la entidad indígena los instrumentos e instituciones creados a partir de la Ley Indígena son insuficientes tanto del punto de vista práctico como desde la mirada de los propios beneficiarios. Son frecuentes los relatos en que se manifiesta desconfianza hacia la CONADI ya sea por ineficacia en la resolución de conflictos, ya sea por posiciones políticas encontradas. Lo mismo puede decirse del Convenio 169 OIT, las comunidades tienen un entendimiento muy distinto de esta norma comparado con el de la autoridad. El ejemplo más latente es el rotundo rechazo que generó el reciente proceso de consulta indígena llevado a cabo por el gobierno —actualmente suspendido— por su escasa pertinencia, al estar enfocado en formas de facilitar la enajenación de tierras indígenas (incluso a grandes conglomerados económicos), precisamente lo contrario de lo que piden y desean las comunidades mapuche de la zona.

Respecto de los permisos de escasa importancia, se puede señalar que son otorgados por la Capitanía de Puerto de Panguipulli en temporada estival para la habilitación de los balnearios existentes en la zona de estudio, normalmente, al Municipio de Panguipulli. Se conceden, además, también por la temporada, otros permisos de escasa importancia para la generación de pequeños negocios en esas playas que son asignados a organizaciones sociales del área. Pese a su nombre, “escasa importancia”, su funcionamiento práctico y sencillez amerita un estudio más detenido como un instrumento de OT funcional.

Por otra parte, el D.L. 1939 de 1977 si bien garantiza el acceso a las playas entendidas como bienes de uso público y establece sanciones para el caso de contravención, en la práctica este acceso no resulta tan expedito sobre todo por la existencia de segundas residencias a orillas del lago que lo dificultan.

4.3 Instrumentos de planificación territorial

Dentro de los instrumentos normativos que dicen directa relación con los instrumentos de planificación que orientan al desarrollo de los centros urbanos se aplican a nivel local el Plan Regulador Comunal (2000) y el Plan de Desarrollo Comunal (2013-2017) desarrollados por el Municipio de Panguipulli, cabeza administrativa del área estudiada. Ambos se encuentran actualmente en proceso de actualización. Sin embargo, es necesario señalar que, de acuerdo a información emanada desde el Municipio, el Plan Regulador Comunal se encuentra en la última etapa para su aprobación y entre las localidades que contarán con regulación urbana (Panguipulli,

Melefuén, Neltume, Puerto Fuy y Choshuenco) no se encuentra Coñaripe, principal núcleo urbano del área de estudio⁷.

4.4 Normas y políticas vinculadas al turismo en la escala local

LEY DE TURISMO, LEY 20.243 - ZOIT PANGUIPULLI/SIETE LAGOS

Esta norma y su institucionalidad son la política sectorial de más alto impacto en la zona de estudio. La gran mayoría de los actores públicos y privados se manifiestan a favor de esta actividad, aunque con bemoles.

Los actores públicos propugnan por el desarrollo del turismo y su formalización, principalmente entendido como actividad económica generadora de ingresos. Como contrapunto, desde el punto de vista legal, se debe señalar que existe una escasa formalidad por parte de los prestadores, atribuible principalmente, a la escasa pertinencia de la normativa y lo dificultoso que resulta a muy pequeñas iniciativas el cumplir con requisitos pensados para emprendimientos de mayor capacidad.

Desde el punto de vista de los actores privados, especialmente los pertenecientes a comunidades mapuche, la generación de ingresos no siempre es la principal función del turismo que desean practicar. En su caso, la actividad turística se entremezcla con otras aspiraciones sociales, políticas y/o culturales. Particularmente, integrantes mapuche que practican el turismo de base comunitaria señalan entre sus motivaciones: el resguardo, conservación y difusión de sus prácticas y formas de vida, incluyendo el paisaje; la reivindicación social y territorial; fomentar el arraigo de la población local; el intercambio de experiencias, sobre todo con extranjeros; entre otras.

Por otra parte, se reconocen efectos perniciosos del turismo, especialmente en época estival. Ni en la ley, ni en el Plan de Acción ZOIT Panguipulli (2017) ni en el PLADECO se contemplan medidas paliativas. Tampoco se detectaron estudios sobre la capacidad de carga del área estudiada. Entre los factores negativos destaca la contaminación ambiental en sus diversas vertientes: acústica (ruidos molestos causados por veraneantes poco respetuosos o por el alto aumento de tráfico automotor); hídrica, respecto del Lago (descarga de detritos humanos y residuos contaminantes provenientes de lanchas a motor y motos de agua); visual (vallas publicitarias poco concordantes con su medio); por basura (formación de microbasurales), entre otros ejemplos.

Algunos de estos factores negativos podrían ser atenuados con una debida reglamentación y/o control, por ejemplo: con una adecuada fiscalización de la calidad del agua por parte del Ministerio de Salud; con la dictación de ordenanzas municipales que regulen de mejor forma las actividades náuticas realizadas a orilla de playa (sin perjuicio de las autorizaciones y fiscalizaciones que realiza la autoridad marítima por medio de la Capitanía de Puerto en materias de su jurisdicción) u ordenanzas municipales que regulen la publicidad en espacios públicos de valor turístico, etc.

⁷ Véase por ejemplo: <https://panguipullinoticias.cl/web/?p=13371>

5. CONCLUSIÓN

En Chile existen distintos mecanismos y herramientas para poder ordenar y planificar el territorio, aunque aún no existe una regulación integral y orgánica, lo que se traduce en normas y visiones superpuestas e incluso contradictorias. Además, existe una alta tensión sobre los territorios rurales insertos en paisajes de gran valor turístico, principalmente por el valor comercial del suelo. Finalmente, el déficit de participación ciudadana en estas materias atenta contra el debido resguardo del patrimonio natural y cultural del país.

Dadas las características económicas, sociales culturales y ambientales de la zona de estudio, un ejemplo paradigmático lo constituye el anuncio de la autoridad económica de entregar en concesión la provisión de servicios turísticos (un centro de esquí y resort asociado) al interior del Parque Nacional Villarrica. Para la autoridad se trata de la puesta en valor de un área silvestre protegida. Pero para las comunidades mapuche aledañas a esta zona se trata de territorio ancestral en que viven y manifiestan sus usos y prácticas sociales y religiosas; sostienen no haber sido consultados previamente y que su construcción tendría un severo impacto ambiental.

El escenario anteriormente descrito da cuenta de alguno de los problemas y desafíos que se enfrentan ante la ausencia de una normativa de OT armónica e integradora.

6. BIBLIOGRAFIA

Consejo de Europa (1983). Carta europea de ordenación del territorio. Consejo de Europa, Torremolinos, España. Disponible: https://alojamientos.uva.es/guia_docente/uploads/2013/474/46059/1/Documento37.pdf

GÓMEZ, D. Ordenación Territorial, 3ª edición, Ediciones Mundi-prensa, Madrid, España. 2013

MISUTIC, V. (2017) Análisis espacial desde las ciencias geográficas: la problemática ambiental y el ordenamiento territorial. Universidad Católica del Norte. Escuela de Arquitectura. Ediciones Universitarias de la Universidad Católica del Norte, Chile.

MUÑOZ, C., DZIEKONSKI, M. (2017) Diseño territorial en 4 miradas: el desafío de integrar en un ordenamiento coherente. Santiago, Chile, LOM.

STADEL, C. Ciudades medianas y aspectos de la sustentabilidad urbana en la región andina. Espacio y Desarrollo, [S.l.], n. 12, p. 25-43, feb. 2000. ISSN 1016-9148. Disponible en: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/espacioydesarrollo/article/view/8082/8376>

POTENCIALIDAD TURÍSTICA Y PUESTA EN VALOR DE LOS HALLAZGOS ARQUEOLÓGICOS INCAS EN UN SANTUARIO DE ALTA MONTAÑA EN LA PROVINCIA DE SALTA – REPÚBLICA ARGENTINA

Lic. Carlos Francisco Sánchez¹

RESUMEN

El turismo cultural sigue planeando retos a afrontar. Algunos de ellos son: la puesta en valor de los recursos, analizar la posibilidad de considerar al patrimonio como parte del producto turístico, y verificar si los recursos culturales son susceptibles de promoción y comercialización.-

La Provincia de Salta posee importantes recursos culturales, que la han convertido en uno de los destinos preferido tanto por el turismo nacional como internacional.-

En marzo de 1999, se realizaron investigaciones arqueológicas en el Volcán Llullaillaco y durante las excavaciones en la cumbre, se hallaron tres cuerpos congelados, pertenecientes a víctimas de sacrificios humanos de los incas.-

Se construyó el Museo de Antropología y Arqueología de Alta Montaña que entre su patrimonio más valioso albergará los tres niños Incas, que desde 1999, han pasado a enriquecer no solo el patrimonio cultural de nuestra provincia, sino también de la República Argentina y de toda la humanidad.-

Así, pues este trabajo, tiene como objetivo principal investigar y analizar los Hallazgos del Llullaillaco desde una perspectiva turística a fin determinar su potencial atractivo, para plantear estrategias a fin de posicionar los mismos en el mercado turístico nacional e internacional, a partir de su puesta en valor.

Para ello se intentará una primera evaluación a partir de la manifestación evidente del fenómeno objeto de estudio.

Se escogieron seis variables relevantes al efecto, ellas son: unicidad, valor intrínseco, carácter local, notoriedad, accesibilidad y aprovechamiento turístico. Esto aportará la identificación preliminar de las variables susceptibles de ser trabajadas, si en un momento se quieren incrementar las posibilidades de atracción y aprovechamiento turístico, junto

1 Lic. Carlos Francisco Sánchez, Universidad Católica de Salta, R.A., cfsanchez@ucasal.edu.ar

con un esbozo de lineamientos a tener en cuenta al momento de encarar posibles intervenciones desde el turismo o a favor del desarrollo de esta actividad.

Palabras Claves: Patrimonio, Arqueología, Turismo Cultural, Atractivo.

ABSTRACT

Cultural tourism continues to plan challenges to face. Some of them are: the enhancement of resources, analyze the possibility of considering heritage as part of the tourism product, and verify if cultural resources are susceptible to promotion and commercialization.

The Province of Salta has important cultural resources, which have made it one of the favorite destinations for both national and international tourism.

In March 1999, archaeological investigations were carried out in the Lulllaillaco Volcano and during the excavations at the summit, three frozen bodies were found, belonging to victims of human sacrifices of the Incas.

The High Mountain Anthropology and Archeology Museum was built, which among its most valuable heritage will house the three Inca children, which since 1999, have not only enriched the cultural heritage of our province, but also of the Argentine Republic and the entire humanity.

Thus, as this work, its main objective is to investigate and analyze the Lulllaillaco Findings from a tourist perspective in order to determine their attractive potential, to propose strategies in order to position them in the national and international tourism market, from their setting in value

For this, a first evaluation will be attempted based on the evident manifestation of the phenomenon under study. Six variables relevant to the effect were chosen, they are: uniqueness, intrinsic value, local character, notoriety, accessibility and tourist use.

This will provide preliminary identification of the variables that can be worked on, if at one time you want to increase the possibilities of tourist attraction and use, along with an outline of guidelines to be taken into account when facing possible interventions from tourism or in favor of Development of this activity.

Keywords: Heritage, Archeology, Cultural Tourism, Attractive.

1. INTRODUCCION

La gran mayoría de los sitios arqueológicos de altura que fueron descubiertos han sido atribuidos al Periodo Incaico, debido a que los hallazgos artefactuales y/o arquitectónicos ubicados en ellos como ser: plataformas y rectángulos ceremoniales y estatuillas entre otros, todos ellos pertenecían a prácticas culticas realizadas bajo la directa influencia de la cultura incaica.

La red de santuarios de altura incaicos se extiende desde el Sur de Perú hasta el Centro de Chile y Oeste de la Argentina siendo testimonios de la gran influencia que ejercían los incas en esta zona.

Los rituales realizados en las cimas de las montañas incluyen sacrificios de mujeres jóvenes y niños, así como camélidos y cuises, también quema de leña, textiles y cerámicas de acuerdo a los elementos artefactuales, ecofactuales y bioarqueológicos encontrados.

Entre los artefactos depositados se pueden enumerar estatuillas de oro, plata y Spondylus, textiles (cumbi: bolsitas con hojas de coca) y tocados de plumas, todos de un gran valor y uso restringido. Los mismos fueron diseñados en pequeños tamaños y escasos pesos llamados "bienes de elite" que les habría conferido una gran transportabilidad (CERUTI M.C. 2003b: 22)

2. METODOLOGÍA

Esta investigación, siendo de carácter interpretativo, se basará en los datos recogidos por diversos arqueólogos que han excavado dichos contextos, es decir, que los datos analizados serán tomados básicamente de trabajos monográficos -existiendo una detallada y gran cantidad de bibliografía al respecto- y no de un análisis directo de los sitios y artefactos asociados a ellos.

Por otro lado, estando asociados a individuos que fueron hallados a grandes alturas y conservados en museos e instituciones en cámaras especialmente acondicionadas para tal fin, son de acceso limitado a investigadores especializados en el tema.

2.1. Objetivo general

Describir la Potencialidad Turística y Puesta en valor de los Hallazgos arqueológicos Incas en un Santuario de Alta Montaña en la Provincia de Salta.

3. CARACTERÍSTICAS DE LOS NIÑOS

Los tres individuos encontrados en la plataforma del santuario en la cumbre del volcán son considerados «las momias mejor preservadas de época precolombina conocidas hasta la fecha» (CERUTI M.C. 2003b: 49). Estos conservan en perfecto estado todos sus órganos internos.



Fuente Web del MAAM

En la denominada “tumba Sur”, ubicada en el sector sudoeste de la plataforma con un diámetro de 1 metro y una profundidad máxima de 1.70 metros, Reinhard y Ceruti hallaron el cuerpo de un niño de sexo masculino (*op. cit.* 73) de siete años de edad (*op. cit.* 80).

Al interior de ésta, los incas habían puesto un relleno de ripio y cascajo finos cubriendo el cuerpo y el ajuar asociado (*op. cit.* 73). La momificación que sufrió es de índole natural por congelamiento.

La “tumba Norte”, que corresponde a la tumba de una joven mujer de unos quince años de edad, mide aproximadamente 1 m de diámetro con una profundidad máxima de 2.30 m que fue excavada en la roca madre, ubicada en el extremo norte de la plataforma (*op. cit.* 75). Para soportar el peso del relleno de esta última, se construyeron muros con una forma abovedada en el techo y el interior de la cámara funeraria presenta un relleno de ripio y cascajo fino, como la anteriormente descrita, que cubría el cuerpo y el ajuar correspondiente (*op. cit.* 75-76).

La joven mujer, orientada hacia el noreste, se hallaba en posición sedente con el tronco semi-flexionado y los miembros inferiores flexionados hacia el tronco y cruzados. Los miembros superiores se cruzaban sobre el abdomen con la cabeza recostada sobre el pecho, ligeramente inclinada hacia adelante y hacia la derecha y las manos en posición intermedia parcialmente superpuestas entre sí con los dedos semi-flexionados. Tanto los párpados como la boca estaban cerrados y los pómulos como el contorno de la boca se encuentran untados con un pigmento rojizo.

Debajo de la nariz se hallaron diminutos fragmentos de hojas de coca (*op. cit.* 81) (CERUTI M.C 2003b: 76).

El tercer individuo hallado fue el de una niña de aproximadamente seis años de edad, que se ubicaba en la “tumba Este”, es decir, en el sector oriental de la plataforma cerca del muro este. La tumba tenía 0.85 metros de diámetro y fue excavada en la roca madre hasta llegar a una profundidad máxima de 1.75 metros. Esta cámara funeraria tenía una cámara lateral que se ampliaba hacia el este el espacio disponible en el fondo de la primera. El relleno que presentaba era de ripio y cascajo finos que cubría el cuerpo y el ajuar asociado (*op. cit.* 77).

Este individuo, como los anteriores, se momificó de forma natural por congelamiento (*op. cit.* 81).

La niña se encontraba alojada en la cámara lateral, en el fondo de la tumba y estaba orientada hacia el oeste. Se hallaba en posición sedente con las piernas flexionadas y cruzadas. Las manos estaban sobre los muslos y la cabeza se encontraba erguida hacia adelante y hacia la derecha (*op. cit.* 77, 81)

Como el primer individuo, presenta una deformación craneana de tipo tabular oblicua con aplanamiento de la frente y acentuado aguzamiento del sector posterior del cráneo (evidenciado por radiografías) (*op. cit.* 82).

Los párpados se encuentran semi-cerrados y los labios semi-abiertos pudiéndose observar parcialmente la dentadura. Al igual que el primer individuo, no presenta huellas de haber sido untada con pigmentos corporales (*op. cit.* 81). Cuando ya se encontraba enterrada, en algún momento después que fue sacrificada y hasta el momento de su descubrimiento, la infante recibió la descarga de un rayo que afectó ciertos objetos que formaban parte del ajuar, como los textiles que la envolvían. La misma niña sufrió quemaduras y pérdida de tejidos en el cuello, hombros, brazos, tórax izquierdo y parte inferior del rostro (*ibid.*).

A manera de peinado, lleva dos trenzas que enmarcan el rostro y un tocado de metal plateado sobre la frente. Como el otro individuo de sexo femenino, viste las típicas vestimentas femeninas, que serán descritas en los próximos capítulos, además de tener ella también su propio ajuar funerario (*ibid.*).

Los tres niños fueron sometidos a tomografías computadas y radiografías, que descartaron la presencia de traumatismos craneanos y de indicadores de stress nutricional (*op. cit.* 82).

4. ATRACTIVIDAD Y APROVECHAMIENTO TURÍSTICO

Para que se produzca el hecho turístico y su necesaria condición del desplazamiento de personas desde su lugar de residencia habitual hacia otro, debe existir un motivo de atracción lo suficientemente valioso.

En este sentido el hallazgo del Lullailaco evidencia rasgos distintivos que explicarían su atraktividad y potencial turístico, tales son:

- Unicidad.

Valoración propuesta: máxima.

Los estudios científicos realizados sobre estas momias y su ajuar y la comparación con otros hallazgos similares, permiten afirmar que se está ante un atractivo único en el mundo. Fundamentalmente por el estado de conservación de las momias y por la integridad del ajuar que las acompañan. Además se suma el hecho de que antes de ser extraídos del volcán, las últimas manos que los tocaron fueron las de los Incas de hace más de quinientos años.

- Valor intrínseco.

Valoración propuesta: máxima.

También en este aspecto puede otorgarse la más alta puntuación, puesto que son evidencia elocuente de la forma en que se relacionaban los Incas con la divinidad y cómo tal su valor, cómo puente para comprender la cosmovisión particular de esta cultura.

- Carácter local.

Valoración propuesta: muy alta.

Claramente el hallazgo conecta culturalmente a la región Norte de Argentina con el mundo andino con su percepción de las cumbres cordilleranas como lugares para el culto sagrado. El mismo da carta de ciudadanía incaica a esta región de Salta.

Sin embargo no hablamos del corazón del mundo inca, por ese motivo alcanza un carácter de alto valor.

- Notoriedad.

Valoración propuesta: media.

A veinte años del descubrimiento y preservación de las momias y su ajuar funerario, en un museo convenientemente equipado, el hecho, a escala mundial, aún es conocido solamente, por un grupo reducido de personas principalmente vinculadas al mundo científico, al turismo interno de Argentina y en menor medida al público internacional. No constituye todavía, un bien patrimonial de conocimiento masivo.

- Accesibilidad.

Valoración propuesta: máxima.

Se trata de un aspecto muy bien resuelto, puesto que el museo posibilita un fácil acceso a quienes deseen visitarlo y conocer este atractivo mediante la experiencia directa.

- Aprovechamiento turístico.

Valoración propuesta: media.

Frente a la magnitud del atractivo, evidentemente aún hay un gran potencial no desarrollado. Sin dudas, en su momento y aún hoy, la instalación del MAAM fue un gran evento de relevancia turística para Argentina y precursor de un nuevo modo de conservar y exhibir al público general, bienes patrimoniales de altísimo valor y fragilidad. No obstante, quedan pendientes aún múltiples posibilidades de generar, a partir del mismo, numerosas experiencias en los campos educativo, cultural, lúdico, participativo, emotivo, etc.

De este breve análisis del atractivo en estudio, se desprende que, si se quiere aumentar la incidencia del mismo en la atraktividad global del destino Salta, las variables con posibilidades de mejora, son la notoriedad y el aprovechamiento turístico. La primera requiere trabajar la comunicación y la segunda la generación de oferta de atracciones relacionadas.

Previo a alentar acciones en el sentido antes propuesto, es imprescindible remarcar que lo más importante será garantizar la conservación de este patrimonio para la humanidad y a tal condición, se subordinarán todas las intervenciones, que se puedan emprender en el futuro, para difundir el hallazgo y acercarlo a las numerosas corrientes de visitantes que recorren el cono sur americano.

5. CONCLUSIÓN

Así, se hace necesario puntualizar algunos aspectos a considerar en línea con lo expuesto anteriormente:

- La conservación de las momias y su ajuar es prioritaria y debe estar estrictamente garantizada como premisa de partida para toda intervención.

- El Museo como centro de difusión del patrimonio cultural del pasado y su función educativa, posee todavía áreas por desarrollar que superan el encuadre turístico (carácter científico).
- Las momias son un mensaje que habla sobre la evolución de la humanidad en términos de la valoración de toda vida Humana, si se considera que hace quinientos años había sacrificios humanos en América.
- La realidad personal, experimentable desde los sentidos externos, de esos niños americanos reales, tiene una fuerza evocadora del pasado, capaz de sustentar propuestas de experiencias cercanas a lo que sería una cápsula del tiempo.
- Lo importante es que los profesionales turísticos que trabajen con las momias tengan una mirada científicamente fundada y humanamente orientada, que integre los conocimientos en una comprensión personal y social del hecho.
- Las estadísticas parecerían mostrar una tendencia en las preferencias de los visitantes hacia los museos que priorizan experiencias sensibles y utilizan los últimos avances de la técnica: realidad virtual y aumentada, 9g, simuladores, inteligencia artificial, robótica, etc. Esto nos da una pista para nuevos proyectos museísticos, culturales, interpretativos, recreativos, etc. basados en el hallazgo del Lullaillaco.

Un turismo responsable no necesitaría la presencia real de las momias y su ajuar para poder desarrollar productos innovadores con finalidad de divulgación científica y cultural útiles para el turismo. Desarrollo turístico y protección patrimonial no son dos términos antagónicos, bajo esta perspectiva.

6. REFERENCIA

Ceruti, M. (2003). Elegidos de los dioses: identidad y estatus en las víctimas sacrificiales del volcán Lullaillaco. *Boletín de Arqueología PUCP*, 0(7), 263-275 Recuperado <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/boletindeferqueologia/article/view/1993>.

Reinhard, Johan y Ceruti, Maria Constanza: (2000) Investigaciones arqueológicas en el Volcán Lullaillaco. Complejo ceremonial incaico de alta montaña. Salta. Ed. De la Universidad Católica de Salta.

Schobinger, Juan: (1986) La red de Santuarios de Alta Montaña en Contisuyo y Collasuyu. Evaluación general, problemas interpretativos. En El Imperio Inca (comechingonia especial) pp. 297-317 Cobada.

Referencia electrónica

Mignone, Pablo. (2010). Ritualidad estatal, capacocha y actores sociales locales: El Cementerio del volcán Lullailaco. *Estudios atacameños*, (40), 43-62. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-10432010000200004>

Pablo Mignone, «Análisis distribucional de las estatuillas incaicas encontradas en el volcán Lullailaco», *Bulletin de l'Institut français d'études andines* [En línea], 46 (1) | 2017, Publicado el 08 abril 2017, consultado el 05 septiembre 2019. URL: <http://journals.openedition.org/bifea/8145>; DOI: 10.4000/bifea.8145

Publicaciones periódicas y periódicos

Abraham, Yamile: Hallaron un puente de 530 en el camino del inca. Diario El Tribuno. Lunes 14 de mayo de 2001. Pág. 41.

Orozco, Eduardo: Perú asombra con otro hallazgo. Diario El Tribuno. Jueves 24 de mayo de 2001. Pág. 24.

Zarate Mejía, Giovanna: Estudian las dietas y las afecciones de los Incas. Diario El Tribuno. Viernes 15 de junio de 2001. Pág. 28-29.

PATAGONIA TERMAL, CONSTRUCCION DEL PRIMER DESTINO TURISTICO INTELIGENTE EN CHILE

Mg. Marcel Sorhaburu Alcocer¹

Resumen:

La investigación contempló el análisis de 21 destinos inteligentes y la adaptación de enfoques y tecnologías utilizadas en la mayor parte de ellos para incorporar inteligencia a la gestión del destino. El enfoque inteligente debe partir con la disposición de los gestores para mejorar la experiencia turística y la calidad de vida de los residentes por medio de la adopción de tecnologías digitales. Las tecnologías son sólo un medio para alcanzar este fin.

El trabajo consistió en la generación de un destino turístico inteligente en una zona de alta concentración termal, dotándolo de límites físicos, imagen de marca, gobernanza y plan de desarrollo sostenible.

Además se construyó una plataforma inteligente de gestión y vinculación entre actores (turistas, empresarios, gobernanza), que permite interacción durante todas las etapas del viaje y que entre otras funcionalidades proporciona información sobre el destino, geolocalización on y off line, realidad aumentada, mensajería, alertas, valoración de la experiencia y compra online.

De igual modo se desarrolló un modelo de retroinformación generada por la propia web y otros sistemas que permite monitorear el desempeño del destino y la plataforma. Se trabajó en RRSS una estrategia de embudo que permitió alcanzar más de 100.000 visitas en el primer año.

Palabras Clave

Destino Inteligente - Turismo – Patagonia Termal – Termas – Transformación Digital

¹ Campus Pucón, Universidad de La Frontera, Chile. marcel.sorhaburu@ufrontera.cl

1. INTRODUCCION

La digitalización ha cambiado de manera ostensible los hábitos de las personas y la sociedad en las últimas décadas, impulsándolos a buscar en los sistemas digitales nuevas formas de relación comercial, social e informativa, generando así una transformación en el modo de conectarnos con el exterior y una disrupción del paradigma comunicacional precedente. El ciudadano digital busca cada día mayor velocidad, conectividad permanente e información detallada que les permita tomar decisiones, evaluando en forma instantánea una multiplicidad de elementos como nunca antes en la Historia.

Al igual que la aviación provocó la “caída de la distancia” a mediados del siglo pasado, la transformación digital está generando la “caída del traslado” ya que las personas pueden vincularse emocional, laboral, comercial y académicamente sin que sea necesario desplazarse hasta otros sitios ni establecer contacto físico con otros individuos, todo en tiempo real.

De acuerdo a un estudio encargado por la Empresa Wow el año 2018², los chilenos pasan un promedio de 6,5 horas diarias conectados a sus dispositivos móviles y la cifra aumenta en las generaciones más jóvenes. Según este sondeo, el 50% de los encuestados declaran realizar compras a través de internet destacando las preferencias por el retail, tiendas en general y comida a domicilio. En la misma línea, el 53% de los Millennials que realizan este tipo de compras, afirmaron hacerlas al menos una vez al mes.

“El sistema de comercio es un elemento crítico y muy visible de esta transformación digital. Más de la mitad de las personas de los países pertenecientes a la OECD, compró productos online el año 2016; un aumento considerable desde el 36% de la población que realizó compras el año 2010.³

El vertiginoso avance en la incorporación de tecnologías digitales a la vida cotidiana ha generado un fuerte impacto en el comercio electrónico, que obliga a las empresas a modificar sus modelos de negocios para poder competir con éxito en el nuevo escenario y que amenaza con la desaparición de las que no sean capaces de adaptarse.

Según el Centro Economía Digital de la Cámara de Comercio de Santiago, las ventas del comercio electrónico, que en 2018 alcanzaron los US\$ 5.200 millones, superarán los US\$ 7 mil millones el 2019, una cifra sin precedentes que consolida el rol estratégico de los avances digitales en el sector, y a pesar que se prevé que las grandes empresas tendrán dificultades para adoptar nuevos modelos y transformar su cultura organizacional, el gran retail nacional espera que un 20% del total de sus ventas del 2019, provenga del comercio electrónico.

Y el turismo no podía estar ajeno a esta tendencia que se ha impuesto en Chile y el Mundo, transformando de manera dramática los canales de comercialización que funcionaron durante el siglo pasado. Los grandes tour operadores que hasta hace pocos

2 XYZ: Tres generaciones conectadas

3 Observatorio Sociedad Digital FEN U. de Chile

años dominaban el mercado de la intermediación de productos turísticos cayeron de manera estrepitosa frente a OTAs y meta buscadores que no existían hace 20 años.

Booking (1996), Despegar (1999), Expedia (2001), TripAdvisor (2000), Trivago (2005) y Airbnb (2008) por nombrar las más conocidas, dominan el mercado de los viajes y han desarrollado modelos de negocios innovadores que integran el valor de la reputación con plataformas de reserva y economía colaborativa. Estos modelos permiten que un ciudadano común pueda reservar una habitación o un paquete de viaje, con altos niveles de confianza, en casi cualquier lugar del planeta.

No obstante, de acuerdo a un estudio, encargado por Amadeus al London School of Economics and Political Science (LSE)⁴, la compra directa de vuelos presentará el mayor incremento en la próxima década, alcanzando un aumento del 400%, contra un 280% de los metabuscadores y un 250% de las OTAs. Las reservas a través de agencias de viajes tradicionales sólo crecerán algo más del 100%.

Las proyecciones responden a los cambios sociales producidos por la transformación digital, que ha dado origen a un nuevo turista, a un individuo hiperconectado que no sólo busca inspiración e información a través de la red, sino que reservará y comprará sus viajes por internet. Pero va más allá porque durante su viaje seguirá conectado, buscando datos y ubicación de sitios de interés y servicios turísticos, informando a otros visitantes y compartiendo su experiencia en redes sociales. Al regresar a su hogar seguirá relatando vivencias del viaje y recomendará o criticará destinos o servicios recibidos, contribuyendo, a través del feedback positivo (Maruyama, 1963), al éxito o fracaso de los mismos.

Las tarjetas postales fueron reemplazadas por las selfies, las guías turísticas por las Apps y los mapas o planos por la geolocalización online. La evidencia refuerza la conclusión del LSE y pareciera que estamos asistiendo al fin del mundo turístico, tal como lo conocimos y nos adentramos en un mundo desconocido con la única convicción que las tecnologías digitales nos permitirán alcanzar nuevas fronteras. En este escenario de cambios nos preguntamos ¿Qué están haciendo las administraciones de los destinos turísticos para responder a las exigencias de este “nuevo turista”?... ¿En qué medida se están adoptando tecnologías digitales para contactarse con los visitantes en las distintas etapas del viaje y mejorar su experiencia en el destino?

Y es de estos cuestionamientos que surge la necesidad de dotar de inteligencia a los destinos, de incorporar tecnologías que permitan responder a las nuevas exigencias de los visitantes, pero también a las necesidades de los residentes y a la carga, a veces excesiva, que se impone sobre el medio ambiente. Tal como la transformación digital exige a las empresas renovar sus modelos de negocio, los destinos están obligados a actualizar sus modelos de gestión.

El Destino Inteligente integra los conceptos de sostenibilidad, accesibilidad, conocimiento e innovación tecnológica en torno a los espacios turísticos. No sólo se trata de dotar de

4 “Distribución de Viajes, ¿El fin del mundo tal como lo conocemos?” LSE - Amadeus

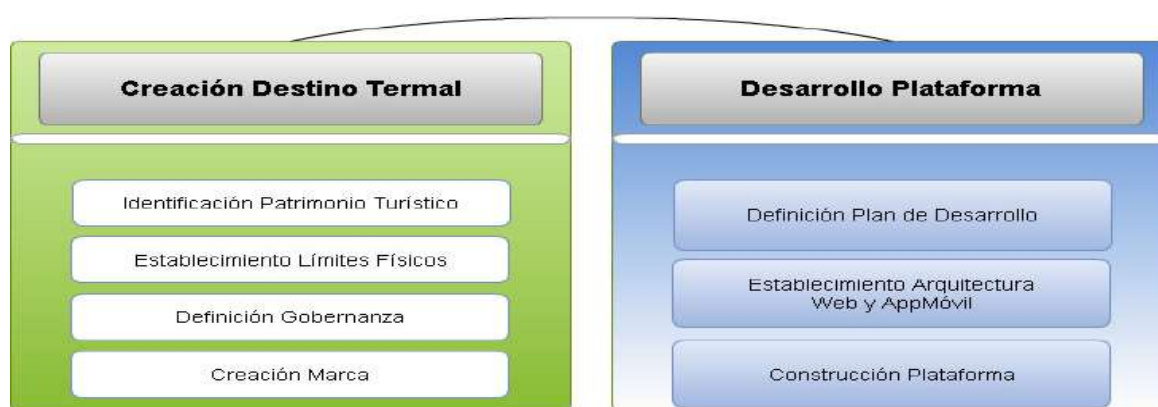
inteligencia a la infraestructura del destino para fomentar el desarrollo eficiente y sostenible sino que aporta el concepto de enfoque del visitante como centro del mismo.

Se puede definir como “Un espacio turístico innovador, accesible a todos, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno, e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y la calidad de vida de los residente”⁵.

2. EL PROYECTO

El proyecto consistió en la creación de un Modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI), gestionado a través de una plataforma informática, aplicado a un espacio que concentra la mayor parte de los centros termales de Chile, entre las regiones de La Araucanía y Los Lagos. Se integran dos conceptos complementarios (Destino Termal y Destino Turístico Inteligente), ya que contempló la creación de un Destino Termal Inteligente en la zona de mayor concentración termal del país y una de las mayores del planeta, (comparable sólo con las existentes en otras regiones de alta actividad volcánica como Japón e Islandia) y administrarla a través de una plataforma inteligente que le permita vincularse con sus visitantes y entregar la información necesaria en todas las etapas del viaje (Inspiración, Planificación, adquisición, viaje y evaluación e información que compartirá en el post viaje). De igual forma releva información de mercado y perfiles de usuarios que se utilizan para la gestión eficiente del destino.

Se contempló en primer lugar la identificación de todas las empresas y actores vinculados al turismo termal para generar un destino especializado, dotado de límites físicos, gobernanza, plan estratégico, normas de calidad y sustentabilidad, gestionado por medio de una plataforma inteligente.



2.1 El Diagnóstico

El trabajo se inició con la visita a 52 centros termales distribuidos en las tres regiones que componen la mesorregión. Se aplicó un instrumento de evaluación a todos los

5 Informe Destinos Turísticos Inteligentes: Construyendo Futuro, Segittur

empresarios termales y se explicó el objetivo y alcances del proyecto, planteamiento que tuvo buena recepción entre los beneficiarios. El trabajo permitió conocer en profundidad la situación de los establecimientos termales del territorio, su oferta, mercados principales, instalaciones y brechas de calidad y conectividad entre otra información relevante. Se aplicó un cuestionario que contemplaba 6 ítems: Antecedentes de la empresa, Equipamiento e instalaciones, Comunicación y promoción, Comercialización, Gestión de calidad y Conectividad y tecnología.

La información relevada permitió planificar la intervención realizada durante la ejecución del proyecto y entre otros datos de interés se estableció que el 93% centros termales corresponde a establecimientos formalizados y el 73% cuenta con resolución sanitaria. El 86% de las termas posee estudio de aguas, destacando que la mayor parte fueron realizados durante los años 2015 y 2016.

El 68% cuenta con página web activa y el uso de correo electrónico alcanza a un 93% de las empresas. El 82% de los centros termales posee un logo y lo utilizan en diferentes medios de promoción tanto físicos como digitales y el 70%, utiliza redes sociales para relacionarse con sus clientes.

En cuanto a las acciones difusión, fue posible observar que el 34% utiliza la radio; el 30% realizó promoción a través de diarios y 45% contrató publicidad en revistas de turismo. El 45% de los centros participan en acciones promocionales asociativas: un 18% participó en workshops principalmente en Chile y un 11% estuvo presente en famtrip o giras al extranjero. El 48% concurre a ferias donde destacan VYVA en Santiago y la FIT de Buenos Aires. Un 87% de los centros cuentan con algún tipo de sistema de reservas que permite planificar y ordenar la llegada y salida de pasajeros.

Sólo el 43% cuenta con instalaciones de SPA y además de los masajes, las terapias más usuales son mascarillas faciales, reiki, piedras calientes, acupuntura, mieloterapia, fangoterapia y chocolaterapia.

Dentro del ítem Conectividad se pudo establecer que el 76% de establecimientos cuenta con señal telefónica, aunque sólo el 32% posee conectividad a internet móvil, principalmente por las características geográficas y la ubicación de los establecimientos, aunque el 100% de los empresarios termales manifestó estar dispuestos a invertir para acceder a internet y mejorar los niveles de conectividad.

Dentro de esta etapa, se efectuó el levantamiento de datos geográficos requeridos para el sistema de información de destino, logrando identificar y georreferenciar alrededor de 1.800 servicios turísticos y complementarios que serían incorporados en el sistema de geolocalización.

2.2 Estado del Arte

En forma paralela al levantamiento de información, se efectuó una investigación online en 21 destinos turísticos de diferentes continentes con objeto de establecer hasta donde se ha avanzado en el uso tecnologías digitales para gestión y promoción de destinos. Se logró establecer que ciertos parámetros que se repetían, a pesar que los centros turísticos

habían tenido trayectorias disímiles y diferentes niveles de desarrollo. El enfoque de destinos inteligentes apunta a establecer líneas de comunicación permanentes, fluidas y sincrónicas con sus distintos stakeholders con objeto de incrementar su competitividad por medio del mejoramiento de la experiencia de los visitantes, pero también de la calidad de vida de sus residentes y de la relación con el ambiente natural que en muchos casos constituye el atractor de mayor relevancia.

Figura 1: Enfoque Destino Inteligente



Fuente: Elaboración Propia

De igual manera se identificaron cuatro factores presentes en todos los destinos que se pueden considerar inteligentes: La Comunicación en todas las etapas del viaje implica que el destino debe ser fácilmente asequible en el Previaje, cuando las personas desde sus hogares buscan inspiración e información sobre destinos para planificar sus viajes. Igualmente deben existir facilidades para reservar y comprar los productos de manera segura e instantánea y sobre todo para dar respuesta oportuna a las consultas.

Pero durante el viaje los visitantes seguirán requiriendo información del destino como ubicación de sitios de interés, horarios, tarifas o excursiones y es necesario contar con aplicaciones de punta que permitan dar respuestas adecuadas, de manera oportuna y sincrónica. Al regresar a sus hogares querrán evaluar los servicios recibidos o lugares visitados, compartir, recomendar o criticar destinos y productos consumidos, generando retroinformación clave tanto para la oferta como para la demanda.

El Desarrollo Sostenible es otro aspecto transversal en los destinos inteligentes ya que en la actualidad es imposible pensar en modelos de desarrollo que no contemplen los necesarios equilibrios entre los ámbitos económicos, sociales y ambientales. La Historia reciente contempla casos de destinos exitosos que perdieron competitividad debido a la degradación de sus recursos naturales o sistemas sociales. En la actualidad están surgiendo en diferentes lugares actitudes hostiles hacia el turismo debido a la percepción

de algunos residentes locales que sólo beneficia a unos pocos, mientras que la mayoría debe pagar los altos costos de la saturación, inflación de precios o contaminación.

Un tercer aspecto que se repite en los destinos inteligentes es la actitud innovadora de sus autoridades y empresarios, lo que se refleja en el uso de tecnologías digitales para mejorar la gestión de destinos y empresas. En la actualidad tecnologías como Internet de las cosas, geolocalización, realidad aumentada, sensorización y plataformas inteligentes han alcanzado alta penetración y contribuyen a mejorar la experiencia de turistas y la gestión de destinos. Por último el Big Data, los sistemas de relevamiento, transmisión y procesamiento de grandes volúmenes de datos permiten conocer en detalle las características, requerimientos y opiniones de los clientes, posibilitando adaptar los productos o realizar correcciones a la gestión de destinos y empresas.

2.3 Construcción del Destino

En esta etapa se establecen los elementos básicos que permiten organizar el espacio turístico: El polígono que comprende el destino termal, la identidad territorial, la gobernanza y un plan de acción sostenible. Se trabajó de manera participativa, convocando a los actores del destino y consensuando opiniones para generar una nueva unidad turístico-territorial reconocida por la totalidad de los integrantes, estableciendo vínculos y sentido de pertenencia.

Figura 2: Elementos del Destino



Fuente: Elaboración Propia

2.3.1 Los Límites de Destino

El trabajo consistió en la identificación de los componentes del patrimonio e infraestructura turística de un espacio geográfico vinculado a la concentración termal existente en el sector pre cordillerano de las regiones de La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos. Se identificaron 52 fuentes termales con diferentes niveles de desarrollo pero que tenían uso turístico actual, dejando fuera aquellas que por su ubicación o inaccesibilidad tuviesen escasas posibilidades de desarrollo.

Una vez definido el espacio termal se procedió a identificar y georreferenciar otros componentes turísticos como volcanes, lagos, ríos, parques nacionales, red vial, poblados, servicios turísticos y por un método de superposición de capas se establecieron algunos polígonos que concentraban el patrimonio e infraestructura turística vinculada a las termas, con una zona buffer circundante.

Posteriormente se presentaron 3 propuestas a un grupo de actores del destino, exponiendo particularidades de cada una y por medio de una votación se estableció el polígono que desde ese momento constituye el destino termal y que concentra más de 50 centros termales y los atractivos y servicios turísticos vinculados.

2.3.2 La Identidad Territorial

La segunda fase del proceso de construcción del destino se orientó a dotarlo de una identidad o marca que le permitiera ser identificable y reconocible tanto por el público interno como por el externo. Por medio del trabajo realizado en las etapas anterior se sintetizaron los principales componentes del patrimonio turístico y se presentaron a los empresarios termales con objeto de consensuar la conceptualización de la imagen turística.

Se realizaron talleres para que los actores propusieran iconos representativos, colores, ideas fuerzas y otros elementos que sirvieron para las propuestas gráficas y denominaciones.

Por último se seleccionaron 2 propuestas de logotipo y 2 de nombre del destino que fueron evaluadas a través de una votación online en la que participó gran parte de los empresarios termales y dio como resultado el nombre Patagonia Termal.

2.3.3 La Gobernanza del Destino

La Gobernanza de Destino Termal es un organismo autónomo, que se vincula de manera no jerárquica con las instituciones de Gobierno Regional, Provincial y Comunal, y otras instancias públicas o privadas que conforman su ambiente externo. Internamente está integrada por los siguientes órganos:

La Asamblea General es el órgano supremo de la Gobernanza de Destino Termal.

El directorio es el órgano rector de la Gobernanza de Destino y tiene una constitución mixta, entre organismos públicos y privados del Destino Termal.

El presidente es la primera autoridad del Directorio, cuya función primordial es velar por el funcionamiento de los órganos de la Gobernanza del Destino Termal.

El Gerente es el responsable ante el Directorio de la ejecución de y proyectos o acciones elaborados de manera participativa con los actores locales.

2.3.4 El Plan de Desarrollo Sostenible

El Plan tiene por objetivo establecer el modelo de funcionamiento y operación del destino turístico termal, así como la definición y descripción de sus componentes claves.

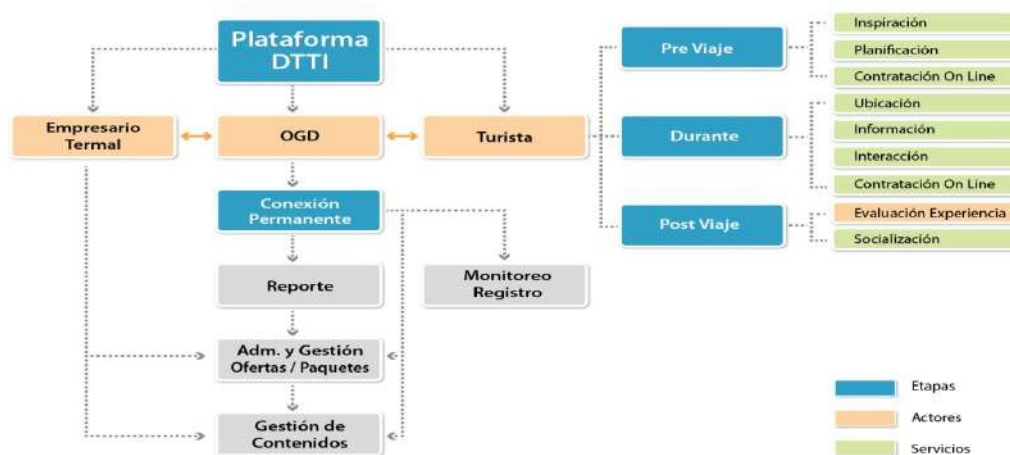
La normativa chilena establece diferencias entre baños termales y termas según el equipamiento disponible para la explotación de fuentes de aguas termales, por lo que, para fines prácticos, se consideran centros termales todos los establecimientos que ofrecen agua termal con fines recreativos y/o medicinales. El plan contempla un sistema organizado de proyectos y acciones orientadas a alcanzar un desarrollo armónico y sostenible del destino y las empresas termales que lo integran.

Entre los aspectos sociales, se contemplan acciones de apoyo a la mano de obra local y beneficios para los residentes, así como la preferencia de proveedores locales. Las medidas ambientales consideran la disminución del consumo de agua, la disposición adecuada de residuos, eficiencia energética y la devolución de las aguas termales a ríos y esteros a temperatura adecuada. Las acciones de tipo económicas se orientan hacia el ahorro energético, promoción y comercialización conjunta, economías de escala y negociación conjunta con proveedores.

2.3.5 La Plataforma Inteligente

Esta plataforma está desarrollada como un elemento aglutinador de toda la información del destino termal que permite vincularlo con los visitantes en todas las etapas del viaje y con el ambiente interno, constituido por los empresarios del sector termal.

Figura 3: Diagrama de Plataforma



Fuente: Elaboración Propia

La Gobernanza (OGD), a través de la Plataforma de Destino Termal Inteligente (DTTI) interactúa con los visitantes en las diferentes etapas del viaje. Durante el Previaje se comunica por medio del portal www.patagoniatermal.cl que entrega imágenes y videos para seducir a los potenciales clientes en la etapa de inspiración y toda la información para la planificar el viaje o reservar y adquirir programas a través del sistema.

Durante el viaje se pone a disposición la app Patagonia Termal, disponible para dispositivos Android e iOS y que entrega información de todas las termas, además de geolocalización on y off line, mensajería y realidad aumentada entre otras funcionalidades.

En sentido inverso, la plataforma entrega gran cantidad de información sobre perfiles de usuarios que permite conocer su ubicación, composición, gustos y preferencias a objeto de articular la oferta de acuerdo a sus requerimientos

3. CONCLUSIONES

El concepto Destino Inteligente no es otra cosa que la adaptación de estos espacios a los nuevos escenarios que impone la transformación digital, generando modelos diversos y en permanente evolución. Lo que hoy es innovador mañana será rutina y ya existirán otras tecnologías más eficientes para alcanzar los objetivos.

La Inteligencia no proviene de las tecnologías sino de la voluntad de las administraciones de los destinos por incorporarlas para mejorar la experiencia de los visitantes, la calidad de vida de los residentes y la relación del turismo con los sistemas ambientales y sociales.

Es un error intentar definir o adoptar modelos estáticos ya que el dinamismo del sector los dejará obsoletos en poco tiempo, por el contrario la clave está en construir sistemas abiertos, con la capacidad de incorporar nuevas tecnologías en forma permanente y responder a los cambios de un sector en continua evolución.

4. BIBLIOGRAFIA

MAULEN, Cristian. Adopción y Brechas Transformación Digital, Observatorio de Sociedad Digital, FEN, Universidad de Chile. p. 3 – 14

FLOATER, Graham. Travel distribution The end of the world as we know it? London School of Economics and Political Science, 2016. p. 8 - 36

LOPEZ DE AVILA, Antonio, LANCIS Enrique, GARCÍA, Susana, ALCANTUD, Andrés, GARCÍA, Beatriz, MUÑOZ, Nuria. Informe Destinos Turísticos Inteligentes: Construyendo Futuro, Seggitur 2015. p. 30 - 49

AENOR, Normas para las Ciudades Inteligentes, 2015 p. 2 – 17

FEMENA-SIERRA, Francisco. Ivars Josep. Smart tourism: Implicaciones para la gestión de ciudades y destinos turísticos, 2018. P 129 - 151

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL: LA DISTINCIÓN DE MUNICIPALIDAD TURÍSTICA

Humberto Rivas Ortega¹

Resumen

Este trabajo se ha desarrollado en el marco de un proyecto financiado por la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) que tiene como propósito principal implementar un modelo para fortalecer la gestión turística en las municipalidades de Chile. Asimismo, es parte de la tesis doctoral que el autor está realizando en la Universidad de Lleida. Se aplicó una metodología cualitativa que incorporó a los actores locales de las municipalidades seleccionadas para el caso piloto (Vicuña y Paihuano), lo que permitió el análisis y la selección de las variables claves que afectan la gestión turística interna en las municipalidades en Chile. A partir de estos resultados el Servicio Nacional de Turismo de Chile creó la Distinción de Municipalidad Turística.

Palabras claves

Gobernanza; gestión de destinos turísticos; planificación turística; sustentabilidad; desarrollo local.

Abstract

This work has been developed within the framework of a project financed by the Corporation for the Promotion of Production (CORFO), whose main purpose is to implement a model to strengthen tourism management in the municipalities of Chile. It is also part of the doctoral thesis that the author is enhancing at the University of Lleida. A qualitative methodology was applied that incorporated the local actors of the municipalities selected for the pilot case (Vicuña and Paihuano), which allowed the analysis and selection of the key variables that affect the internal tourism management in the municipalities in Chile. Based on these results, the National Tourism Service of Chile created the Distinction of Tourist Municipality.

Keywords

Governance; Tourist destinations management; local tourism planning; sustainability; local development.

¹ Escuela de Ingeniería de Expediciones y Ecoturismo. Universidad San Sebastián. Chile. humberto.rivas@uss.cl

INTRODUCCIÓN

El desarrollo turístico que hoy se observa en la mayoría de las comunas del país representa un nuevo desafío para las autoridades locales, cada vez más complejo de liderar para la administración municipal, especialmente en comunas rurales que no cuentan con las capacidades financieras o de personal acorde su jerarquía turística. La Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades le asigna a la gestión municipal una importante responsabilidad en la gestión del desarrollo turístico, por cuanto en su artículo 4° establece que podrán desarrollar, directamente o con otros órganos de la Administración del Estado, entre otras funciones, aquellas relacionadas con el turismo, el deporte y la recreación. En este contexto, la oportunidad de contribuir a la creación de un ecosistema local de turismo sustentable implicará dotar a las municipalidades de mejores instrumentos para la gestión y la provisión de servicios para sus usuarios y beneficiarios que se reconocen son los siguientes: regulación territorial y económica, de asistencia social, y de fomento al desarrollo, crecimiento y redistribución (Ros Development And Planning, 2008).

A nivel internacional y también lo demuestra la experiencia de Chile, se han propuesto numerosos modelos para responder a esta necesidad de implementar medidas concretas y efectivas que aseguren mejor calidad en la respuesta de las instituciones y empresas. En este sentido, la experiencia desarrollada en Europa, Estados Unidos y Chile a partir de la implementación de diversos modelos de gestión de calidad, tales como el Modelo Europeo de Excelencia de la Calidad (EFQM), el Modelo Malcolm Baldrige, el Modelo de Excelencia de Chile y el Modelo de Gestión de Calidad de los Servicios Municipales de Chile (Fundación Asistencia Técnica para el Desarrollo, 2005, Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo, 2008 y Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo, 2011), aportan antecedentes valiosos para formular un modelo orientado a fortalecer la gestión turística municipal.

En este contexto, el programa Transforma Turismo de CORFO, en conjunto con otras instituciones que integran su comité ejecutivo, solicitó dos asesorías para el diseño e implementación de un modelo de gestión turística para las municipalidades de Chile².

OBJETIVO

Describir las etapas del modelo de fortalecimiento de la gestión turística municipal desarrollado para ser implementado en las municipalidades de Chile.

² Este estudio fue desarrollado bajo la dirección del autor, en el marco de su tesis doctoral en la Universidad de Lleida y contó con la participación de la profesora Luz Elena Cornejo, consultora, y del profesor Ricardo González, académico de la Escuela de Ingeniería en Gestión de Expediciones y Ecoturismo de la Universidad San Sebastián, ambos de Santiago de Chile.

METODOLOGÍA

Para este estudio se aplicó una metodología cualitativa con una etapa de levantamiento de información de gabinete y una etapa exploratoria en terreno, que incluyó la realización de entrevistas en profundidad y talleres con actores locales internos y externos a las municipalidades de Paihuano y Vicuña.

La recopilación de información llevó a diseñar y aplicar diversos instrumentos generados en el curso de la investigación, permitiendo elaborar categorías de análisis y relaciones para el diseño del modelo a partir de los planteamientos teóricos y del conocimiento de la realidad de la gestión del turismo en las municipalidades.

Durante el período de junio a septiembre de 2018 se realizaron entrevistas en profundidad a funcionarios de las distintas unidades técnicas de las municipalidades de Vicuña y Paihuano y posteriormente se desarrolló un programa de talleres integrados entre ambos municipios. Estos talleres se orientaron a reforzar conocimientos en cinco áreas temáticas: desarrollo de productos turísticos, planificación turística, ordenanzas, fomento productivo, manejo de información y gobernanza de destinos, lo que facilitó el análisis y evaluación de las condiciones en que se provee servicios en materia de turismo.

La generación del modelo implicó una participación activa de los funcionarios de las Municipalidades de Paihuano y Vicuña, relacionados con la actividad turística local en entrevistas personales y grupales, en talleres de capacitación y de discusión de propuestas hechas por ellos mismos y que les permitieron reforzar sus conocimientos apoyados por un conjunto de guías elaboradas en el proceso de creación del modelo. Los talleres se orientaron a reforzar conocimientos en cinco áreas temáticas: desarrollo de productos turísticos, planificación turística, ordenanzas, fomento productivo, manejo de información y gobernanza de destinos, lo que facilitó el análisis y evaluación de las condiciones en que se provee servicios en materia de turismo. Al mismo tiempo los actores locales apoyaron la generación del modelo participando en talleres de evaluación de las actividades realizadas por las municipalidades de Paihuano y Vicuña y en sugerencias planteadas para actividades conjuntas con dichas municipalidades y en su carácter de prestadores de servicios.

Las etapas de trabajo en terreno fueron las siguientes:

1.1 Caracterización del destino Valle del Elqui

1.2 Recopilación de antecedentes reglamentarios de las atribuciones y funciones de las municipalidades de Paihuano y Vicuña.

1.3 Identificación y descripción de funciones relacionadas con turismo en las municipalidades de Paihuano y Vicuña.

1.4 Análisis de una gestión turística municipal por actores internos

- 1.5 Análisis de la gestión turística municipal por actores externos
- 1.6 Identificación de brechas de gestión
- 1.7 Propuesta de cierre de brechas
- 1.8 Propuesta de modelo de gestión

ENFOQUE TEÓRICO

De acuerdo a Chile Calidad (2014) “un Modelo de Gestión de Excelencia es una representación de las distintas actividades o componentes de la gestión de una organización, que permite gestionarla con éxito... es un marco de referencia que nos señala que, para conseguir resultados excelentes, se requiere, en primer lugar, que cada ámbito de gestión relevante sea abordado como un proceso y que los resultados sean favorables. Es la eficacia de los procesos. En segundo lugar, se requiere el alineamiento de cada uno de estos procesos, entre ellos y hacia los objetivos de la organización. Por último, se necesita que en la organización, como un todo, se genere aprendizaje organizacional.

Por otra parte, se tuvieron en cuenta otros modelos dirigidos a evaluar la gestión turística de las instituciones públicas y municipalidades, cuyos resultados fueron muy útiles para identificar las variables críticas que afectan el desempeño de las municipalidades y otros organismos regionales o locales de turismo (SERNATUR, 2008).

Un aspecto importante para comprender la lógica del modelo es que los **usuarios** de las municipalidades turísticas exigirán a sus autoridades locales cada año más servicios especializados (información turística, apoyo en promoción, asesoría técnica, normativas y ordenanzas de turismo, etc.), que compete proveer principalmente a la **unidad de turismo**, que requerirá trabajar en coordinación con otras unidades del municipio, que integran el **Comité de Turismo**. Para cumplir con esta función diseña e implementa **programas de gestión turística** que requieren **información y estadísticas** de respaldo para lograr **resultados de excelencia**.

Con ese propósito la autoridad comunal asume el **liderazgo**, **formula una visión estratégica** que involucra y compromete **capital humano y financiamiento** para alcanzar resultados de excelencia.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Los principales resultados del trabajo con ambas municipalidades respecto de las variables del modelo, fueron los siguientes:

En cuanto al rol de Liderazgo y Compromisos de la Alta Dirección

El liderazgo para la gestión turística municipal se refiere a la forma en que el equipo directivo facilita que se alcance la misión y la visión. Si bien este liderazgo o debe asumir la máxima autoridad (alcalde o alcaldesa), también corresponde a otras autoridades, como es el caso del Concejo Municipal y a todas las jefaturas, quienes conforman un equipo que debe comprometerse a impulsar los cambios necesarios en la gestión de la calidad en los programas y actividades relacionadas con turismo, alcanzar resultados que aseguren la creación de valor y mejorar la coherencia de la municipalidad con el entorno del sistema turístico.

Los procedimientos relacionados con las actividades relacionadas con la gestión de la municipalidad en turismo deben ser claramente definidos para orientar a tomar decisiones y comunicarlos a todos los niveles de la organización. De allí que la formulación, implementación y evaluación de planes en el ámbito del turismo, debe ser una herramienta fundamental para ejercer un verdadero liderazgo en la conducción del desarrollo sustentable del turismo local, involucrando a todos los actores, comprometiéndolos con los resultados buscados y sumando energías para el logro de los objetivos.

La alta dirección convocará y establecerá metas para que las distintas unidades municipales se integren a un trabajo coordinado y alineado con la visión consensuada para la gestión turística municipal.

En cuanto al Planteamiento estratégico

La autoridad municipal en este modelo de gestión, asume su liderazgo y establece una visión de largo plazo para el desarrollo turístico de la comuna, que es el resultado del consenso de todo el equipo profesional. Para tal efecto, el planteamiento estratégico - que incluye la visión - debe reflejarse en la práctica en un Plan de Desarrollo Turístico (PLADETUR), que constituye la herramienta básica de planificación de la comuna (SERNATUR, 2008).

La importancia de contar con un instrumento de este tipo, radica en que el plan constituye la base de los programas estratégicos que orientarán la gestión de las autoridades locales a corto, mediano y largo plazo.

En la definición estratégica es muy importante involucrar a todo el personal del municipio y a los actores públicos y privados que participarán en la ejecución del plan.

En cuanto al Capital Humano.

El capital humano constituye un factor estratégico para la gestión Interna del turismo en la municipalidad y por ende, en la actividad turística local. Para impulsar la gestión interna se requiere incorporar al profesional responsable de turismo, teniendo en cuenta que le compete liderar la unidad de turismo, sea como jefe de oficina o como director de la misma.

Las personas motivadas con su trabajo tienen un mayor rendimiento y mayores posibilidades de contribuir a tener turistas, empresarios y comunidad satisfechos, por esta razón la capacitación deberá ser permanente y orientada a incrementar sus competencias (técnicas y blandas), contribuyendo con ello a elevar la calidad del quehacer turístico de la municipalidad. Las autoridades municipales fomentarán la inserción laboral de técnicos especializados en turismo, que puedan hacerse cargo de las distintas áreas de gestión y apoyar al responsable de la unidad en las materias prioritarias que se determinen.

La valoración de capital humano en un ambiente de trabajo propicio para su desarrollo personal es un factor de competitividad para la municipalidad, que habrá de tener en cuenta para todas las tareas que emprenda el área interna y la oficina de información turística.

Programa de Financiamiento.

El programa de financiamiento representa una base necesaria para ejecutar los diversos programas de gestión orientados a lograr que los objetivos de desarrollo turístico, que se ha propuesto la comuna puedan lograrse en los plazos previstos, tanto en lo que concierne a la demanda turística, como en la vinculación con las empresas, con la comunidad local, el patrimonio turístico, los recursos turísticos naturales o culturales e incluso con las personas que trabajan en municipalidad.

Contar con un programa de financiamiento, asegura la estabilidad y el desarrollo de acciones a corto, mediano y largo plazo, y facilita la implicación de las municipalidades en el desarrollo de la política turística de su entorno. Asimismo, es fundamental asegurar mecanismos de transparencia y establecer indicadores de seguimiento, para asegurar el éxito de la gestión en el uso de los recursos.

Unidad de Turismo.

Otro elemento crítico para la una gestión turística exitosa a nivel municipal es la existencia de una unidad que asuma funciones especializadas en turismo, dependiente de la autoridad comunal e integrada a la estructura orgánica del municipio. Esta unidad liderará y ejecutará diversas tareas relacionadas con el desarrollo del turismo a nivel local: planificación, diseño de productos, promoción, información turística y elaboración de estadísticas, entre otras.

Para tal efecto, requiere contar con el personal profesional y técnico adecuado, respaldado con un plan operativo y un programa de financiamiento anual que facilite su gestión a largo plazo. En la etapa de consolidación del destino, se espera que alcance la jerarquía de Dirección de Turismo, equivalente a las otras direcciones de la municipalidad.

Estructura de coordinación interna (Comité de Turismo).

El comité de turismo constituye una instancia de coordinación interna, conformada formalmente mediante un decreto alcaldicio, que ejerce el rol de articular al conjunto de unidades municipales, con la unidad de turismo. Su creación permite contar con apoyo para la gestión del profesional responsable de turismo, quién debería ejercer la función de Secretario Técnico en caso que la dirección de este comité recaiga en la Secplan.

La relevancia de este comité radica en las atribuciones que la autoridad municipal le asigne para desarrollar el trabajo de integrar los planes y programas que se vinculan con los objetivos de desarrollo turístico que sean de competencia de otras unidades municipales, como es el caso de Dideco, Obras, Fomento Productivo, entre otras. El trabajo en red de estas unidades permitirá una gestión coordinada y un resultado más eficiente y eficaz en los actores del sistema turístico y en el mismo capital humano de la municipalidad vinculado a turismo.

El comité de turismo estará integrado por los encargados, jefes o directores de las unidades que realizan alguna actividad relacionada con turismo y su constitución deberá ser respaldada por un decreto alcaldicio. Este comité deberá reunirse periódicamente para planificar, implementar y evaluar las actividades relacionadas con turismo.

Programas de Gestión Turística.

Los programas de gestión se formulan teniendo como base las líneas estratégicas prioritarias que la municipalidad ha establecido en su plan de desarrollo turístico. Estas líneas de acción son básicas para el desarrollo turístico, y habitualmente se concentran en cinco ámbitos: promoción turística, fomento productivo, calidad de servicios, capacitación de recursos humanos y equipamiento, que son tareas que asume directamente el municipio a través de todas sus unidades

En cada uno de los programas deberán definirse objetivos y buenas prácticas para orientar el desarrollo del turismo local hacia la sustentabilidad. Y con el propósito de asegurar su vinculación con las políticas públicas de turismo, se hace necesaria la coordinación con las iniciativas que desarrolla SERNATUR y otras instituciones del sector

público. Todo ello orientado a responder las necesidades y expectativas de los turistas, de los propios empresarios y de la comunidad.

Sistema de Información y Estadísticas

Para la ejecución de los programas de gestión, cobra gran importancia el contar con un sistema de información y estadísticas, que permita el análisis de datos y el estudio sistemático de los factores que determinan el desarrollo sustentable del turismo local, al mismo tiempo que apoye la toma de decisiones.

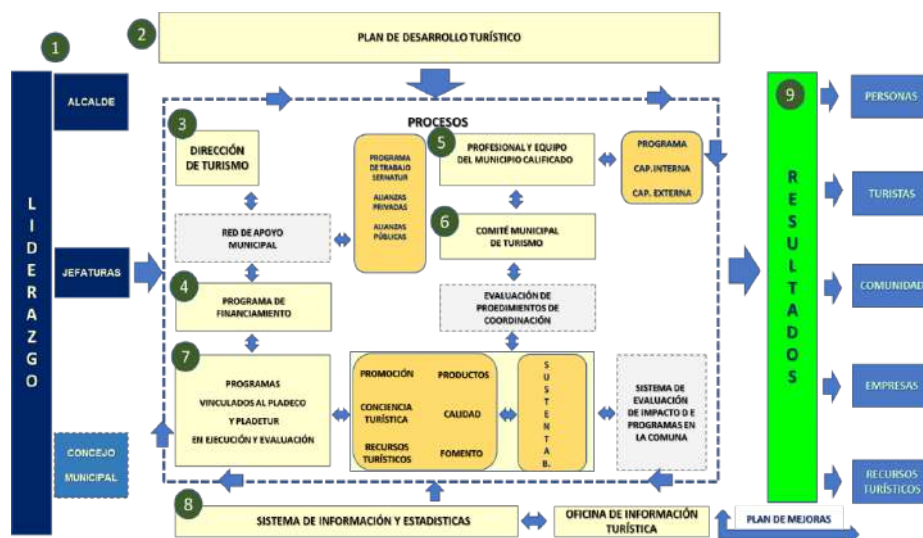
El sistema se respalda en una red asociativa externa a la municipalidad, que integra a todas las instituciones del sector público (SERNATUR, CORFO, SERCOTEC, FOSIS) y municipalidades con las cuales se trabaja en conjunto para responder sus programas y proyectos en un destino turístico.

Resultados de la gestión turística del municipio

La gestión debe estar claramente orientada a lograr resultados que permitan generar un crecimiento y desarrollo sustentable del turismo en la comuna. Aspectos claves que el modelo deberá impulsar son: capacitación del capital humano, mayor satisfacción de los turistas, mejores servicios en las empresas, mayor participación de la comunidad y mayor protección en los recursos, todos elementos que actúan en beneficio de la competitividad del turismo local. El compromiso de la municipalidad para obtener estos mejores resultados tiene un efecto favorable inmediato en la gestión, aumentando la eficiencia y eficacia de los procesos y creando mayor valor en los servicios entregados a los actores del sistema turístico local.

Una síntesis de los elementos que integran el modelo se aprecia en la siguiente figura, que destaca la interrelación entre cada uno de sus componentes (Figura N°1)

Figura 1. Esquema del modelo de gestión



Fuente: Elaboración propia

El trabajo desarrollado en ambas municipalidades piloto permitió concluir que es factible impulsar nuevos procesos de gestión que integren la participación activa de los funcionarios municipales a nivel local. La clave está en la comprensión de las autoridades locales que sólo el trabajo inter unidades facilitará la toma de decisiones bajo un esquema integral que tenga en cuenta:

- a. Los procedimientos internos a través de los cuales se comunican las distintas áreas funcionales estratégicas vinculadas a turismo en los municipios
- b. Los factores externos que afectan el desarrollo sustentable del turismo
- c. Los intereses de la comunidad local y de los visitantes
- d. La condición o estado de desarrollo del destino turístico

Actualmente el modelo ha sido aprobado por las autoridades nacionales de turismo y se encuentra en su etapa de implementación a nivel nacional. El Servicio Nacional de Turismo decidió, a partir de este trabajo, crear la distinción de municipalidad turística, cuyo propósito principal es reconocer el trabajo de las municipalidades en materia de gestión municipal y generar un programa de apoyo con el respaldo de la Subsecretaría de Desarrollo Regional.

BIBLIOGRAFÍA

Gobierno de Chile. Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo. División Municipalidades (2011) *Modelo de Gestión de Calidad de los Servicios Municipales de Chile*. Santiago

Gobierno de Chile. Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo División Municipalidades (2011) *Instrumento de autoevaluación Gestión de calidad de los Servicios Municipales*. Santiago

Gobierno de Chile SERNATUR (2008) *Modelo de gestión integral de destinos turísticos*. Santiago

Ros Development And Planning (2008) *Modelo de gestión turística local*. Barcelona

Fundación Asistencia Técnica para el Desarrollo (2005). *La gestión de la calidad*. Recuperado de <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2015/10/La-gesti%C3%B3n-de-calidad-basad-en-Modelo-EFQM-CIDEAL-2005.pdf>

LA ESTRUCTURA POLÍTICO – ADMINISTRATIVA Y LA GESTIÓN TERRITORIAL, ESPACIOS EN TENSIÓN: UNA APROXIMACIÓN A TRAVÉS DEL TURISMO EN EL PARQUE NACIONAL PUYEHUE

Dr. Claudio Rosales Urrutia¹

RESUMEN

La identificación de las vocaciones productivas en una región, es uno de los elementos que en materia de crecimiento económico se consideran para planificar un territorio. No obstante, esta condición es solo un punto de partida para abordar los temas del desarrollo regional. En efecto, tanto la teoría como la praxis, indican que, sumado a estas ventajas comparativas, es menester incorporar factores de naturaleza competitiva, tales como: el tipo de estructura político-administrativa, los actores públicos y privados responsables de la gestión territorial y empresarial y los no menos importantes, la comunidad.

La presente investigación, analiza la estructura y funcionalidad en la cual se inscribe el Parque Nacional Puyehue, área protegida que forma parte de la actual Reserva de la Biosfera de los Bosques Templados Lluviosos de los Andes Australes. Este territorio de aproximadamente 107.000 hás., como consecuencia de la creación de la Región de los Ríos el año 2007 (ley 20.174), fue fragmentada administrativamente, quedando esta unidad homogénea, formando parte de dos regiones, dos provincias y cuatro comunas.

Para analizar este problema, se examinan los instrumentos de gestión territorial a escala regional y comunal, como también la dinámica funcional del turismo a través de los emprendedores vinculados al PNP. Los resultados, evidencian la tensión que actualmente se está generando entre los diversos actores (gubernamental, privado y comunidad), como así también, las amenazas que en materia ambiental y de sostenibilidad pueden afectar este frágil ecosistema natural.

Palabras clave: Estructura Administrativa, Gestión, Parque, Turismo

¹ Departamento de Ciencias Sociales, Universidad de los Lagos, Chile. crosales@ulagos.cl

Abstract

The identification of productive vocations in a region is one of the elements that, in terms of economic growth, are considered to plan a territory. However, this condition is only a starting point to address the issues of regional development. Indeed, both theory and practice indicate that, including this comparative advantages, it is necessary to incorporate factors of a competitive nature, such as: the type of political-administrative structure, public and private actors responsible of territorial and business management and the no less important, the community.

The present investigation analyzes the structure and functionality in which the Puyehue National Park is inscribed, it is a protected area that is part of the current Biosphere Reserve of the Temperate Rainforests of the Southern Andes. This territory of approximately 107,000 hectares, as a consequence of the creation of the Region of the Rivers in 2007 (law 20.174), was fragmented administratively, leaving this homogeneous unit, forming part of two regions, two provinces and four communes.

In order to analyze this problem, the instruments of territorial management at a regional and communal scale are examined, as well as the functional dynamics of tourism through the entrepreneurs linked to the PNP. The results show that tension is currently being generated between the different actors (government, private and community), as well as the environmental and sustainability associated threats, that can affect this fragile natural ecosystem.

Keywords: Administrative Structure, Management, Park, Tourism

I.- INTRODUCCIÓN

La planificación territorial es un elemento central que el Estado cuenta para gestionar una región. Sin embargo, este instrumento cuyo propósito es entre otros, contribuir a administrar y fomentar el crecimiento en pro del tan ansiado desarrollo regional, deben estar en meridiana sintonía con las dinámicas funcionales del territorio, es decir, la estructura administrativa debe ser coherente con la realidad funcional del territorio. Esta situación que a simple vista puede ser considerado como vanal, sin embargo, cuando entran en tensión, no solamente pueden ralentizar la dinámica regional, sino que también se produce un conflicto entre los actores responsables de la gestión versus las comunidades locales, a las cuales están llamados a servir. En consecuencia, la forma en cómo construimos los territorios, como los planificamos y gestionamos pasan a ser piezas claves para alcanzar una adecuada articulación estructural y funcional de los territorios, en pro del tan ansiado desarrollo regional.

En este contexto y con el propósito de ilustrar esta realidad, se propone estudiar la actividad que desarrollan medianos y pequeños emprendedores turísticos en un territorio vinculado espacialmente a una parte de la Reserva de la Biosfera de los bosques templados lluviosos de los andes australes, como es el Parque Nacional Puyehue.

Esta área protegida por el SNASPE, según la actual división político administrativa del país, forma parte de dos regiones: Los Ríos y Los Lagos; dos provincias: Del Ranco y Osorno y cuatro comunas, distribuidas espacialmente de norte a sur por: Lago Ranco, Río Bueno, Puyehue y Puerto Octay respectivamente.

Por otro parte debemos consignar que, las unidades espaciales descritas escalaramente, al margen de contar con una estructura administrativa base, necesitan ser gestionadas por los actores de gobierno, mediante los diversos instrumentos de planificación territorial, tales como: las Estrategias de Desarrollo Regional, los Planes de desarrollo Comunal, Planes Reguladores Intercomunales, entre otros. Por tal razón, es de suyo importante examinar transcurridos más de una centuria de esta fragmentación territorial del PNP, conocer que está ocurriendo en estas materias,

Para el desarrollo de esta investigación nos hemos planteados los siguientes objetivos:

1.1 Objetivo General

Analizar la planificación y gestión territorial del turismo en comunas vinculadas espacialmente al Parque Nacional Puyehue: Casos Lago Ranco, Río Bueno, Puyehue y Puerto Octay.

1.2 Objetivos Específicos

Examinar la estructura político - administrativa en la cual está circunscrito el Parque Nacional Puyehue

Analizar escaladamente los instrumentos de planificación y gestión territorial en el ámbito del turismo asociado al PNP.

Analizar la dinámica funcional de las actividades turísticas en las respectivas unidades de estudio, destacando su importancia para el desarrollo local y regional.

1.3 Metodología

La metodología propuesta implica: a) Fuentes de información: primaria y secundaria; b) materiales; c) Muestra y d) Métodos

- a) Se recurrirá a fuentes de naturaleza primaria y secundaria.
- Respecto a la información de carácter primaria, se considerará las entrevistas. Estas se aplicarán a actores claves preferentemente del ámbito gubernamental.
 - En cuanto a la información secundaria, se obtendrá principalmente a través de las siguientes instituciones: Corporación Nacional Forestal (CONAF), Subsecretaría de Turismo, Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), Instituto Nacional de Estadísticas (INE), Servicio de Impuestos Internos (SII), Servicio nacional de

Geología y Minería (SERNAGEOMIN), Instituto Geográfico Militar (IGM), Ministerio de Planificación (MIDEPLAN), Servicio de Planificación Regional de la Región de Los Ríos y Región de Los Lagos, Municipalidades de: Lago Ranco, Rio Bueno, Puyehue, y Puerto Octay, entre otros que sean pertinentes con la investigación.

- b) Para realizar la investigación es necesario contar con una serie de materiales, entre ellos destacan: Máquina fotográfica, GPS, cartografía escala 1:50.000 del área de estudio, mapas viales y grabadoras digitales entre otros.
- c) La población de análisis del estudio estará conformada por las MIPYMES turísticas formales localizadas en el área de estudio.
- d) Respecto de los Métodos a aplicar, estos se han organizado de acuerdo a los objetivos específicos de la investigación:

Para examinar la estructura político - administrativa en la cual está circunscrito el Parque Nacional Puyehue, se realizará a través de un análisis temporo-espacial, mediante el cual se espera encontrar una explicación respecto a cómo se generaron estos territorios, como así también, los elementos que, como resultado de la fragmentación espacial, están tensionando la gestión de esta área protegida.

La funcionalidad expresada en las actividades turísticas desarrolladas tanto en el parque Puyehue como en su área de influencia, se analizará a través de la teoría locacional y el modelo Davies. Respecto al ámbito más cualitativo, se empleará el análisis del discurso y entrevistas semi-estructuradas a los actores preferentemente gubernamentales, tanto municipal, provincial y regional.

II.- RESULTADOS

Siguiendo el orden establecido en los objetivos específicos, daremos cuenta de manera sucinta de aquellos resultados más relevantes que se obtuvieron de esta investigación. En efecto, el año 2005 y transcurridos 15 años de la vuelta a la democracia en Chile, se iniciaron una serie de ajustes a la carta fundamental de la república como es la Constitución Política de Chile. Este significativo hecho permitió entre otras cosas, modificar el número de regiones que conformaban nuestro país. Ese mismo año, el poder ejecutivo entregó a la Comisión de Gobierno, Descentralización y Regionalización del Senado la propuesta de crear dos nuevas regiones junto a su plan de desarrollo. Estos

fueron los proyectos de ley para crear las nuevas regiones de Los Ríos (XIV) y Arica y Parinacota (XV), las cuales se fundamentaron en propuestas tendientes a atenuar o revertir los efectos del histórico centralismo chileno.

La creación de la Región de los Ríos se hace efectiva el año 2007 a través de la Ley 20.174 por parte de la Presidenta de la República, Michelle Bachelet. A partir de este año se inicia un proceso de desmembramiento territorial de lo que era la X Región de los Lagos, según lo determinado el año 1974 por la Comisión Nacional de la Reforma administrativa (CONARA). Este hito es consignado como el primer precedente a nivel nacional que da inicio a que otros territorios empiecen a demandar mayor autonomía. Este tema en los próximos años será muy relevante, por cuanto sumará nuevas presiones a los poderes del ejecutivo y legislativo, en materia de descentralización política y económica principalmente.

Al margen del antecedente relacionado con el centralismo, se argumenta como otras razones para la creación de dicha región, un amplio y largo proceso ciudadano por recuperar el estatus político-administrativo que tenía hasta 1974 la ex Provincia de Valdivia. Este hecho asociado a un perseverante y efectivo apoyo de diversos actores político de renombre nacional de la época, fueron creando el soporte necesario para que alcanzaran este gran anhelo, el cual a la fecha ya superó la primera centuria desde su creación. En consecuencia, no es banal preguntarnos transcurrido este tiempo, *¿quiénes han ganado?, ¿Qué está pasando con los territorios localizados en la periferia respecto del nodo central?, ¿Cómo afecta estas fragmentaciones a la gestión de los territorios?*, son entre otros, interrogantes que legitimante debemos hacernos. Penoso sería determinar que, más temprano que tarde, solamente estemos replicando el modelo nacional del centralismo – está vez a escala intrarregional - el cual sirvió como uno de los argumentos más potentes para justificar la fragmentación espacial realizada.

Las interrogantes planteadas nos conducen a abordar los efectos de lo citado precedentemente, está vez a través de una de las áreas protegidas más importante por su localización espacial en la norpatagonia, como es el Parque Nacional Puyehue, el cual en la actualidad está compartiendo de su territorio de 107.000 hás., un 51 % en la Región de los Lagos y el 49 % restante en la Región de los Ríos (ver fig. N° 1).

Fig. N° 1: Fragmentación espacial Parque Nacional Puyehue



Fuente: Conaf, X Región de los Lagos. Diario Autstral, Osorno. 2019

Estos primeros resultados nos permiten adentrarnos a analizar nuestro segundo objetivo, el cual hace referencia a qué una vez hecha esta división político – administrativa, surge la interrogante respecto a conocer qué está ocurriendo con los instrumentos de gestión territorial. En efecto, una primera cuestión que salta a la vista se refiere al surgimiento de nuevas estrategias y planes de desarrollo regional. Esto implicó que se tuvieron que empezar a desarrollar nuevas estrategias y planes de ordenamiento, lo cual en términos operacionales se tradujeron en dos nuevas estrategias regionales (Los Ríos y los Lagos) y la elaboración de cuatro planes de desarrollo comunales (Lago Ranco, Río Bueno, Puyehue y Puerto Octay). A lo anterior, se agregan los distintos instrumentos sectoriales, que naturalmente eran necesario adecuar o crear frente a esta nueva realidad administrativa en cada región. Una vez elaborados dichos instrumentos, se inició la impronta necesaria para que los actores responsables de dicha misión, empezaran a llevar a cabo la gestión en sus respectivos territorios.

En este sentido, el haber participado durante más de 10 años en el Consejo Consultivo del PNP, en términos de apoyo al plan de ordenamiento, como en la articulación de diversas acciones con los actores gubernamentales y privados; a lo cual sumamos las entrevistas semiestructuradas realizadas a actores claves durante esta investigación, nos deja de manifiesto la aún escasa coordinación entre ellos, respecto a cómo abordan los problemas detectados en esta unidad, en el ámbito ambiental, económico y social. Esta situación, es particularmente más compleja, especialmente con los pequeños y micros emprendedores turísticos, localizados tanto en el PNP como en su área de influencia. Por último, no podemos dejar al margen, la aún modesta vinculación y activación de estrategias de carácter binacional en el contexto de la Reserva de la Biosfera de la Norpatagonia. Esta situación, nos hace solo confirmar lo que está ocurriendo a nivel nacional, sino que también va en el sentido contrario a la propia declaración que realizó la Unesco cuando se les confirmó a ambos países la creación de esta importante reserva de la Biosfera.

Finalmente, el análisis la dinámica funcional de las actividades turísticas en las respectivas unidades de estudio, nos permitió, por una parte, conocer la situación en cada nodo comunal, además de poder establecer el principio de *crecimiento alométrico*, el cual se ratificó mediante una correlación bivariada (Pearson producto – momento), entre el índice funcional y la población presente en cada nodo. Lo anterior nos devela que, la única comuna que se acerca más a lo que sus propios instrumentos de planificación territorial declaran, en cuanto a la actividad turística, es la comuna de Puyehue, capital Entre Lagos. Los restante centros, aún están en una etapa incipiente, con excepción de Lago Ranco, el cual muestra una orientación más coherente con su vocación productiva. Con esto, queda meridianamente de manifiesto que, las solas ventajas comparativas son insuficientes para sostener una vocación productiva, si estas últimas no van acompañadas de ventajas competitivas, capaces de generar un cambio cualitativo en todo el sistema regional. (verTabla N° 1).

$$1/\sum \text{Total} \times 100$$

FUNCIONALIDAD	SUMATORIA	ÍNDICE FUNCIONALIDAD (IF)	LAGO RANCO	RÍO BUENO	ENTRE LAGOS	PTO. OCTAY
ALMACÉN	107	16,64%	19	53	25	10
RESTAURANTE	47	7,31%	5	22	15	5
ROTISERIA Y FRUTERIA	33	5,13%	7	23	3	0
BOUIQUE	31	4,82%	1	28	1	1
CABAÑAS	27	4,20%	9	7	6	5
IGLESIA O TEMPLO	21	3,27%	4	9	5	3
CENTROS DE LLAMADO/ INTERNET	20	3,11%	2	12	5	1
RESIDENCIAL/ HOSPEDAJE/CABAÑAS	20	3,11%	5	0	13	2
PELUQUERIA	17	2,64%	3	10	2	2
TALLER MECANICO	16	2,49%	3	10	3	0
BAZAR	16	2,49%	3	9	3	1
PARQUE O PLAZA	14	2,18%	3	5	3	3
KIOSCO	14	2,18%	3	4	6	1
PANADERÍA	13	2,02%	3	5	3	2
BOTILLERÍA	12	1,87%	5	7	0	0
VENTA DE GAS	12	1,87%	4	5	3	0
SUPERMERCADO	12	1,87%	2	3	5	2
LIBRERÍA	10	1,56%	1	8	1	0
CARNICERÍA	10	1,56%	4	5	0	1
ARTESANÍA	10	1,56%	3	1	6	0
HOTEL O HOSTAL	9	1,40%	0	3	5	1
FERRETERIA	8	1,24%	0	4	2	2
CAMPING	8	1,24%	1	1	5	1
MULTICANCHA	7	1,09%	0	4	3	0
FARMACIA	7	1,09%	2	4	1	0
GASOLINERA	7	1,09%	1	4	1	1
OFERTA FUNCIONALIDADES	643		115	312	152	64
% de FUNCIONALIDADES OFRECIDAS			17,88%	48,52%	23,64%	9,95%
POBLACION POR LOCALIDAD (*)			4475	12431	10927	8883
INDICE FUNCIONAL			1289,27	3273,2	1417,36	820,17

III.- CONCLUSIONES

La presente investigación analiza la estructura político administrativa y la gestión territorial, espacios en tensión, estudio a través de la actividad del turismo en el Parque Nacional Puyehue y su área de influencia. Esta problemática, nos ilustra a partir de los resultados obtenidos en primer lugar que, la construcción de territorios es compleja y requiere estudios más acabados cuando se toma la decisión política de fragmentar territorios, de lo contrario, se corre el riesgo de afectar la dinámica funcional de los territorios. Segundo, resulta de suyo relevante que, se realicen monitoreos temporo-espaciales, que permitan hacer correcciones respecto a lo que inicialmente generó la división regional. No sería novedoso que solamente estamos trasladando - como en este caso - el centralismo nacional, a un centralismo intrarregional. Tercero, es evidente que la elaboración de las estrategias y los planes comunales y sectoriales, deben interactuar entre ellos. No resulta plausible que, al momento de gestionarlo, se yuxtapongan o que su aplicabilidad no se corresponda con la realidad, generando impactos ambientales no previstos. Finalmente, el análisis funcional deja de manifiesto que aún existe una brecha no menor entre las vocaciones productivas declaradas v/s lo observado en la realidad, en términos de los emprendimientos catastrados. Esto, si bien no está en un punto crítico, debiera corregirse.

IV. BIBLIOGRAFÍA

- Davies, W.K. (1967) Centrality an the central place hierarchy. *Urban studies*, N° 4: 61-79.
- Gobierno Regional los Lagos (2009) Estrategia Regional de Desarrollo 2009-2020. ISBN 978-956-8841-00-3.
- Gobierno Regional los Ríos (2009) Estrategia Regional de Desarrollo 2009 -2019. Trama Impresores S.A.
- Rosales, C. (2008). La participación de la comunidad como factor clave en la gestión de un POT en un área protegida: Caso de estudio PNP X Región de los Lagos. *Revista Espacio Regional*. Vol. 2 N° 5, pp 55-62.
- Sernatur (2011). Plan para el desarrollo Turístico de la Región de Los Lagos 2011-2014. Santiago, Chile
- Soza, S. Rosales, C. Aroca, P. (2016) Análisis de los centros primados vinculados al turismo en el Parque Nacional Puyehue. *Revista de Geografía Norte Grande*, 65: 179-195. Stgo. Chile.

LOS IMPACTOS DEL TURISMO EN TUPUNGATO: UNA MIRADA SUSTENTABLE

EXPOSITORES

HERRERA, Germán Eduardo. Docente e investigador de la Universidad Nacional de Cuyo, Provincia de Mendoza, Argentina. Contacto: geduherrera@hotmail.com

PUCILLO, Alexis Paolo. Docente e investigador de la Universidad Nacional de Cuyo, Provincia de Mendoza, Argentina. Contacto: alexispalopucillo@gmail.com

MAMANÍ, Eleonora. Docente e investigador de la Universidad Nacional de Cuyo, Provincia de Mendoza, Argentina. Contacto: eleonoramamani@yahoo.com.ar

AUTORES

PERÉZ STOCCO, Sandra; **LANDI**, Elena; **CASANOVA**, Lilia; **CAVALLARO**, Martín; **DIEZ**, Patricia; **GIL**, Elías; **HERRERA**, Germán; **MAMANÍ**, Eleonora y **PUCILLO**, Paolo.

PALABRAS CLAVE

TURISMO – TERRITORIO – IMPACTO – SUSTENTABLE - TUPUNGATO

RESUMEN

Es una investigación realizada por un equipo multidisciplinar de docentes de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de Cuyo – Mendoza – Argentina.

El objeto de la Investigación es realizar un estudio sistematizado sobre los impactos que genera el turismo en la población local, que brinde información y posibilite determinar si el desarrollo de la actividad turística provoca resultados positivos y equilibrados en toda la comunidad.

Utilizamos métodos cualitativos y cuantitativos de carácter científico, que nos permiten conocer la percepción que poseen sobre las actividades turísticas los hacederos públicos, los prestadores de servicios turísticos (empresarios) y los residentes locales. Las consultas realizadas se basan en cuestiones económicas, ambientales y socioculturales.

La investigación ha tenido como territorio objetivo el Departamento de Tupungato (Mendoza – Argentina) pero la metodología propuesta puede ser apropiada también para medir los impactos del turismo desde una mirada sustentable para otros territorios.

Se ha dividido la Investigación en dos etapas: la primera (2016 a 2018) ha finalizado y hemos publicado un libro con los resultados obtenidos, la segunda (2019 a 2020) busca profundizar cuáles son las causas de los resultados obtenidos y de las percepciones poseídas por los interesados en el sector turístico y la población local.

PONENCIA

Es una investigación realizada por un equipo multidisciplinar de docentes de la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Cuyo – Mendoza – Argentina. Es un proyecto “Biental de Investigación Tipo 1” con aprobación y financiamiento de la ex Secretaría de Ciencia Técnica y Posgrado de la Universidad Nacional de Cuyo, para el periodo 2016 – 2018 y con solicitud de continuidad para el 2019-2020.

Formulación del problema a investigar. El desarrollo de la actividad turística implica siempre, en mayor o en menor grado, consecuencias para la comunidad local. Las mismas abarcan tres ámbitos específicos: el sociocultural, el ambiental y el económico. Las consecuencias de estos impactos pueden ser positivas o negativas.

Desde el concepto de sustentabilidad y turismo se persigue el objetivo de lograr, a través de una adecuada planificación, el análisis de los impactos y observar las repercusiones en el entorno. Desde la misma óptica, se busca determinar si las mismas son positivas, y en ese caso reforzarlas, o si por el contrario, hay consecuencias negativas de la actividad puedan prevenirse, eliminarse, enfrentarse y minimizarse con la implementación de las estrategias adecuadas. De los resultados que se obtengan a partir de la observación de estos impactos se podrán determinar las necesidades de políticas y acciones que demande la actividad.

Los actores del Turismo, desde el sector público, privado y académico deben desarrollar sus actividades orientados al desarrollo del turismo sustentable, comprometiéndose de este modo al aporte que les corresponde desde su propio rol.

El departamento de Tupungato, ubicado en la Región Valle de Uco - provincia de Mendoza Argentina, carece de suficiente información sobre antecedentes históricos en relación al turismo y por el momento no lleva adelante ningún tipo de acciones para la indagación. Esta situación impide realizar un análisis cuantitativo y cualitativo de la actividad, porque no se cuenta con los registros necesarios y actualizados para proceder a su posterior evaluación.

Este proyecto busca, desde el ámbito académico, reflejar un compromiso con la comunidad aportando a Tupungato los primeros lineamientos para trabajar sobre un escenario real basado en mediciones responsables, información actualizada y la mirada de un equipo de trabajo profesional interdisciplinario que pueda establecer el punto de partida para la futura elaboración de un plan estratégico de desarrollo turístico en el departamento, alineado con la planificación turística de la Región del Valle de Uco, de la Provincia de Mendoza y de nuestro país buscando cumplir los objetivos de calidad, ambientales, socioculturales y socioeconómicos.

El objeto de la Investigación es realizar un estudio sistematizado sobre los impactos que genera el turismo en la población local, que brinde información y posibilite

determinar si el desarrollo de la actividad turística provoca resultados positivos y equilibrados en toda la comunidad.

Metodología general. El turismo en tanto fenómeno social puede ser abordado para su análisis con la metodología de las ciencias sociales, pero debemos apuntar a definir un modelo propio, que sea cada vez más ajustado a un objeto complejo, lo que necesariamente involucra indagaciones de tipo cuantitativas.

Partimos de una perspectiva de análisis multidisciplinar basada en la naturaleza del fenómeno del turismo que es social, cultural y económica. Otro de sus componentes constitutivos es la estructura territorial ya que siempre implica desplazamientos espaciales con intereses diversos.

Nuestra primera acción ha sido el diseño de herramientas cualitativas y cuantitativas para la recolección de los datos: encuestas y entrevistas.

La indagación se ha planteado desde la perspectiva de la oferta y desde la percepción de los diversos actores involucrados en este proceso: residentes, prestadores y gestores locales, los que se constituyen en esta etapa en nuestro objeto de estudio.

Por lo tanto en la selección de los indicadores se ha puesto el acento en la satisfacción de los residentes, en los efectos del turismo en la comunidad, para así poder señalar beneficios y perjuicios. A partir del análisis de los insumos que se recolecten, podremos detectar que actividades se han visto impulsadas, cuáles han traído progreso y que por lo tanto son percibidas como positivas y cuáles no.

Nos proponemos inferir cómo se siente la comunidad de Tupungato en relación a la actividad turística y aportar datos cuali y cuantitativos que permitan a los actores responsables planificar y gestionar con elementos de juicio más certeros.

Hemos iniciado una primera etapa de trabajo con los residentes, con los prestadores y con los actores que gestionan desde el sector público. Para ello como equipo de trabajo hemos tomado la decisión de distribuirnos diferentes tareas lo que ha implicado dividirnos en tres grupos o unidades ejecutoras que se ocuparán de actores diferentes a los que hemos denominado: comunidad receptora, prestadores turísticos y gobernanza. Se diseñaron herramientas cualitativas y cuantitativas para la recolección de los datos (encuestas y entrevistas), haciendo foco en los diversos actores involucrados en este proceso: residentes, prestadores y gestores locales.

La indagación realizada a los 3 grupos de actores: comunidad residente, prestadores de servicios turísticos y gobernanza arrojó los siguientes resultados preliminares:

- **Conclusiones parciales obtenidas del relevamiento de percepción de la comunidad residente**

Para conocer la percepción de los residentes, locales acerca de la actividad turística departamental, se realizó un muestreo representativo de la población de Tupungato, encuestando, en el mes de julio de 2018, a 348 personas de manera presencial, destacándose lo siguiente:

Desde el punto de vista económico

En primer lugar, es importante mencionar que, a la fecha de la presente investigación, no se observa que el sector Turismo sea un gran generador de

empleo, ya que sólo el 14% de la población encuestada tiene un trabajo con relación directa al turismo. Sin embargo, sí se espera que lo sea en el futuro, ya que, si bien hoy perciben que la principal actividad económica es la vitivinicultura, los residentes desean que el Turismo sea la actividad que más crezca en los próximos cinco años.

Cabe destacar, que, en este punto, los tupungatinos han revelado “un ciclo de vida” en lo que respecta a esta actividad económica, ya que se observa el ascenso del Turismo al manifestar que:

- Hoy es la tercera actividad económica más importante.
- Consideran que, en los próximos cinco años, el turismo será la segunda actividad económica.
- Desean que en los próximos cinco años sea la actividad más importante.

Este, último hecho, se puede vislumbrar también cuando se revela que aproximadamente al 40% de los residentes les gustaría emplearse en este sector.

En cuanto a la percepción de los tupungatinos en relación a la apropiación de los beneficios generados por el Turismo, aparecen en los primeros lugares los Empresarios, el Gobierno y los Trabajadores. Al indagar en profundidad se advierte que el 74% de los encuestados considera que los Empresarios extranjeros dueños de Bodegas son uno de los cinco mayores ganadores, mientras que sólo un 19% considera que la comunidad en su conjunto es la beneficiaria de los réditos generados por el turismo.

Por último, un aspecto positivo para destacar, es que la comunidad tupungatina observa un efecto derrame del turismo sobre otras actividades económicas (el 54% evalúa al Turismo como un generador de más actividad económica) y como un ampliador de la matriz productiva departamental. Además, el 79% considera que el Sector Turístico no ha desplazado ni perjudicado a las actividades productivas tradicionales.

Desde el punto de vista social

En cuanto a lo que respecta en la dimensión social, es importante destacar que el residente, o bien no percibe la presencia del turista, o no ha tenido mucho contacto, ya que el 35% alega no haber tenido nunca contacto con un turista y un 30% pocas veces. Sin embargo, quienes han tenido contacto, lo han considerado muy beneficioso, algunos desde el punto de vista económico, ya que generan ingresos en la comunidad, y otros, desde un punto de vista más social, por el intercambio cultural.

Además, se observa una relación positiva entre quienes han tenido más contacto con los visitantes y la valoración de la experiencia (a mayor asiduidad mejor valoración de la experiencia por parte de los residentes), destacándose el dato de que el 85% de los que han tenido contacto muy a menudo, consideran al mismo como muy beneficioso.

Es importante destacar que más del 60% de los tupungatinos considera que la presencia del turista ha generado un incentivo para que el Gobierno mejore las

rutas, el Camping Municipal, el Anfiteatro Municipal, la limpieza y embellecimiento del entorno urbano, y la limpieza de basurales. Mientras que un 78% considera que se ha hecho poco o nada por mejorar la Terminal de Ómnibus del departamento.

En cuanto al camino al Parque Provincial Tupungato, las opiniones son encontradas (el 50% considera que si se ha mejorado y el 50% que no), aunque un dato que llama la atención es la cantidad de personas que no respondieron la pregunta (un 27%), ya que alegaban no conocer la existencia del Parque.

Además, para la mitad de los residentes, la existencia de visitantes es generadora de más actividades recreativas y deportivas.

Por otro lado, es estadísticamente significativo que entre los tupungatinos se registra muy escasa participación en los Circuitos y atractivos turísticos. Por ejemplo, solo el 29% menciona haber realizado actividades vinculadas al Enoturismo y solo el 9% al turismo de Estancias. Esta escasa participación y conocimiento también se refleja en que solo el 54% pudo mencionar cinco atractivos turísticos de su territorio. Pero es cierto que no se puede establecer una comparación, ya que no se cuenta con datos relativos a la situación de otros departamentos o la provincia.

Por último, en relación a la reinversión social de las ganancias que genera el Turismo, más del 60% de la comunidad tupungatina considera que se reinvierte poco o nada en la Conservación del Patrimonio Cultural y en la Conservación de las Áreas Naturales. Como así también se considera que se reinvierte poco o nada para la formación del recurso humano (Instituciones académicas) y en servicios comunitarios que promuevan la calidad de vida en zonas humildes.

Alrededor de la mitad de los residentes opina que el desarrollo del Turismo ha impulsado la “Privatización o apropiación de terrenos públicos no explotados”, y un porcentaje menor considera que el sector lo ha sido para la “Privatización o apropiación de terrenos en producción”, la “Privatización o apropiación de arroyos, cursos, espejos o fuentes de agua” y la “Privatización o apropiación de cerros, áreas de montaña y naturales”.

Desde el punto de vista ambiental

Para finalizar, se puede observar que, desde el punto de vista ambiental, el turista es visto como agente de preservación de los atractivos culturales y naturales como así también de la flora, la fauna, los espacios y paseos públicos, y las rutas y accesos al departamento (más del 70% considera que es muy cuidadoso con los recursos y atractivos naturales).

Además, más de la mitad de los tupungatinos consideran, que los visitantes generan pocos o nulos residuos en los lugares en los que se mueven y en la saturación de calles y rutas. La valoración positiva asciende alrededor del 80% al evaluar la contaminación del agua, de las zonas productivas y del deterioro del Patrimonio Cultural.

▪ **Conclusiones parciales obtenidas del relevamiento realizado a los prestadores turísticos**

Para obtener información acerca de la actividad desarrollada por los prestadores turísticos del Departamento, se realizaron 72 entrevistas, semi estructuradas y presenciales, a empresarios del sector, sobre un universo de 74. El relevamiento se llevó a cabo entre agosto de 2017 y julio de 2018.

Principales aspectos consultados

- Determinación de establecimientos funcionando de manera Formal o No formal en relación al Organismo de control, el Ente Mendoza Turismo (EMETUR).
- Distinción de los propietarios de los establecimientos considerando si forman parte o no de la comunidad tupungatina de acuerdo al lugar donde residen.
- El origen de los capitales invertidos en los emprendimientos.
- El modelo de administración que posee cada establecimiento.
- La caracterización del personal contratado.
- El análisis de la temporalidad turística en el departamento.
- Los canales de venta de los que los prestadores de servicios turísticos se valen para comercializar sus establecimientos.
- El origen de los turistas que reciben los prestadores.
- Las acciones de cuidado del medio ambiente que implementan los prestadores en sus establecimientos.
- La accesibilidad de los emprendimientos para personas con discapacidades
- Las acciones de asociativismo que el grupo manifiesta.
- Modelo de gestión de los establecimientos.
- Las estrategias de abastecimiento de los alojamientos en relación a las compras a proveedores locales.
- La relación del sector con el Ente Mendoza de Turismo y la Dirección de Turismo del departamento.

Ideas que surgieron con claridad del relevamiento

El departamento presenta una variada oferta de servicios que, si bien requiere de un ordenamiento y un trabajo conjunto que permita el adecuado desarrollo del producto turístico, posee un gran potencial y no se muestra completamente cerrada al trabajo necesario para lograr este objetivo.

▪ **Conclusiones parciales obtenidas del relevamiento realizado a la gobernanza**

Para obtener información acerca de las políticas públicas y acciones llevadas adelante por actores públicos gubernamentales y no gubernamentales, cuyas incumbencias tienen algún tipo de vinculación con el sector turístico, se diseñó e implementó un instrumento de recolección que consistió en una entrevista de tipo personal y abierta (semi estructurada).

Utilizando la metodología propuesta, se entrevistaron a 16 personas que tienen poder de decisión y/o influencia en el sector turístico y que pertenecen a reparticiones y/o dependencias del Municipio. Además, y siguiendo el mismo lineamiento, se recabó información de 9 organismos locales y regionales pertenecientes a las “Fuerzas vivas de Tupungato”.

Principales ideas obtenidas del relevamiento:

Existe escasa articulación entre las diferentes áreas del gobierno municipal en relación a las actividades turísticas. Tampoco existen planes, programas, proyectos, ni actividades transversales permanentes.

A pesar de la actual falta de articulación, se percibe un cambio positivo en relación a la gestión del turismo a partir de las actividades se vienen desarrollando.

El equipo de gestión de la Dirección de Turismo de Tupungato ha comenzado a dar pasos acertados como facilitador de un trabajo más horizontal para definir la identidad del destino. Uno de los desafíos más importantes, que enfrenta, será conseguir que todas las reparticiones del municipio trabajen de manera complementaria en función del desarrollo turístico aportando desde sus espacios propuestas que respalden ese objetivo.

▪ **La investigación, hasta ahora desarrollada en su 1º Etapa, ha realizado las siguientes transferencias y publicaciones**

En relación a la extensión y vinculación con el medio, la investigación forma parte del Diagnóstico para la elaboración del Plan Estratégico de Turismo de Tupungato.

El equipo de Investigación ha participado exponiendo los resultados de la misma en diferentes encuentros:

- 1er Seminario Internacional de Investigación e Innovación Académica. Organizado por la Universidad Instituto Cultural Dominicano Americano. República Dominicana, junio de 2017.
- 1er Encuentro Académico Binacional – Universidad Nacional de Cuyo y Universidad Autónoma de Chile – Acuerdos para un trabajo conjunto sobre Turismo Sostenible y Gestión del Patrimonio. Organizado por la UA de Chile y FFyL – UNCuyo. Mendoza, abril de 2018.
- 1era Jornada de validación: Identidad turística de Tupungato. Organizado por la Municipalidad de Tupungato. Tupungato, junio de 2018.
- XXVI Jornadas de Jóvenes Investigadores de AUGM. Organizado por Asociación de Universidades del Grupo Montevideo. Mendoza, octubre de 2018.

Publicaciones de la investigación realizada

- Los resultados de la 1º Etapa de la Investigación han sido publicados en formato libro (ISBN 978-950-774-334-4) por la Editorial de la FFyL de la UNCuyo y financiado por la Municipalidad de Tupungato.

- Los resultados parciales de la Investigación han sido publicados en la Revista Franklin. Revista de Investigación Científica. Volumen 1, Número 1, Junio 2017. UNICDA (Universidad del Dominico). República Dominicana.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

ARGENTINA. MINISTERIO DE TURISMO. (2016). ***Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable***. CABA – Argentina.

ARGENTINA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN. (2013). ***Lineamientos de mejora para la formación de recursos humanos en turismo***. CABA – Argentina

ASCANIO GUEVARA, ALFREDO. CAMPOS, MARCUS VINICIUS. (2014). ***Turismo sustentable. El equilibrio necesario para el siglo XXI***. México, Trillas.

CASASOLA, LUIS. ***Turismo y ambiente***. (2013). México, Trillas.

CASTELLANOS HERNÁNDEZ, EULOGIO. (2016). ***Espacio turístico***. México, Trillas.

CASTILLO NECHAR; MARCELINO Y PANOSSO NETTO, ALEXANDRE. Coord. (2011). ***Epistemología del turismo. Estudios críticos***. México, Trillas.

NIDING, MARINA Y OTROS. (2010). “**El Turismo como campo de investigación: posiciones y miradas**”. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Secretaría de Investigación y Posgrado de la Universidad Nacional de Misiones, pp. 29-48.

OMT. (2005). ***Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Guía práctica***. Madrid.

SANCHO, AMPARO. (2010). ***Introducción al Turismo***. Ediciones de la Organización Mundial del Turismo.

SANCHO, AMPARO Y OTROS. (1999). ***Un estudio de los impactos que genera el turismo sobre la población local***. Valencia.

IGLESIAS I MILLÁN, JOSEP. (2005). ***Técnicas de Investigación aplicadas al sector turístico***. Madrid, Síntesis.

ROCHA CENTENO, ROGELIO. (2011). ***Metodología de la Investigación aplicada al turismo. Casos prácticos***. México, Trillas.

EL PAPEL DE LAS TECNOLOGÍAS BIG DATA BASADAS EN LA MOVILIDAD PARA LA DETECCIÓN Y ANTICIPACIÓN DE ESCENARIOS DE SATURACIÓN TURÍSTICA Y TURISMOFOBIA EN DESTINOS

Dr. Juan Carlos Sánchez Figueroa¹

Resumen

Las tecnologías Big Data aplicadas a los metadatos registrados por las redes de telefonía móvil pueden servir de base para la gestión y planificación activa de la sostenibilidad de los destinos turísticos. Cuando alguno de los pilares del turismo sostenible (viabilidad económica, medioambiental, social y cultural) se desequilibran, pueden producirse escenarios de saturación turística o "turismofobia", entendida como una forma de rechazo a sus impactos, no a la actividad económica que representa.

Partiendo de la revisión de diferentes sistemas de indicadores propuestos, tanto por organizaciones internacionales como procedentes del ámbito de la investigación, una de las principales conclusiones es que el enfoque, hasta ahora, ha sido trabajar con indicadores que ya estaban respaldados por resultados estadísticos y bases de datos conocidas, pero que adolecen en algunos casos de precisión, respuesta en tiempo real, mayor granularidad espacio-temporal y capacidad de estandarización para diferentes destinos. Esta ponencia explora la capacidad de las tecnologías Big Data que trabajan con metadatos generados por las redes de telefonía móvil para proponer un sistema de indicadores de partida que permitirá superar estas limitaciones. La identificación de zonas de desequilibrio donde el turismo ejerce mayor presión sobre los residentes y el seguimiento de la evolución de estos indicadores permitirá anticipar situaciones de potencial saturación turística o "turismofobia" y armonizar políticas que contribuyan anticipadamente a su aparición.

Palabras clave: Destino Turístico Inteligente, tecnología Big Data, sostenibilidad, turismofobia;

Abstract

Big Data technologies applied to the metadata recorded by mobile telephony networks can be useful for management and active planning of sustainability of tourist destinations. When any of the key issues of sustainable tourism (economic, environmental, social and cultural viability) are unbalanced, scenarios of tourist saturation or "turismophobia" could

¹ Facultad de Comercio y Turismo, Universidad Complutense de Madrid, España. jcsfigueroa@ccee.ucm.es; Responsable en España de la empresa de Big Data KIDO DYNAMICS jcsanchez@kidodynamics.com

be produced, understood as a way of rejecting their impacts, not the economic activity that it represents.

Starting from the review of different systems of indicators proposed, both by international organizations and from the research side, one of the main conclusions is that the focus, until now, has been to work with indicators systems that were already supported by statistical results and well-known databases, but in some cases they have not enough precision, real-time response, space-time granularity and standardization capacity for different destinations. This paper explores the capacity of Big Data technologies that work with metadata generated by mobile telephony networks to propose a system of starting indicators that will overcome these limitations. The identification of areas of imbalance where tourism exerts greater pressure on residents and the monitoring of the evolution of these indicators will allow to anticipate situations of potential tourist saturation or "turismophobia" and harmonize policies that contribute in advance to their appearance.

Keywords: Intelligent Tourist Destination, Big Data technology, sustainability, turismophobia;

1. SOSTENIBILIDAD EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS

Actualmente, en muchos destinos, el desarrollo sostenible de su modelo turístico se ha convertido en un reto para todos los agentes involucrados, públicos o privados. El equilibrio entre competitividad y sostenibilidad debe abordar una distribución cada vez más equitativa de los beneficios junto con la protección del medio ambiente y el respeto de la comunidad local.

Desde el punto de vista de la dimensión pública, hay varias organizaciones internacionales de referencia que han incorporado en su agenda la necesidad de que la actividad turística sea sostenible.

La Organización Mundial del Turismo (UNWTO) ha definido el desarrollo turístico sostenible como el que atiende las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y, al mismo tiempo, protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (UNWTO, 1999).

Por otro lado, el Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC, 2013) establece y gestiona los estándares mundiales de sostenibilidad a partir de la elaboración de los denominados Criterios GSTC. Están organizados en cuatro pilares: Gestión sostenible, Impactos socioeconómicos, Impactos culturales e Impactos ambientales (incluido el consumo de recursos, la reducción de la contaminación y la conservación de la biodiversidad y los paisajes). Estos criterios van dirigidos a los responsables de las políticas públicas de los destinos, pero también a los Industria Turística (hoteles y operadores turísticos). Para los destinos, constituyen una referencia respecto a las normas mínimas a cumplir para alcanzar los objetivos de sostenibilidad social, medioambiental, cultural y económica.

Uno de los efectos que más impacto tiene sobre la sostenibilidad de los destinos turísticos es la saturación turística (overtourism), término acuñado por el portal Skift en 2016 para describir este fenómeno global y que se está convirtiendo en un punto de encuentro que presenta cada vez más perspectivas diferentes. Aplicado a un destino turístico, hace referencia a la influencia negativa del turismo en la calidad de vida percibida de los residentes locales y que también afecta a las experiencias de los visitantes. En línea con Peeters et al. (2018), se trata de una situación en la que el impacto del turismo, en ciertos momentos y en ciertos espacios, excede los umbrales de capacidad física, ecológica, social, económica, psicológica y política de un destino. Otras definiciones van en esta línea: enfatizando en su impacto negativo para la comunidad de acogida y para el entorno natural (Koens et al. 2018, Goodwin, 2017), en el propio comportamiento de los turistas (González et al. 2018).

Para anticipar y solventar, en la medida de lo posible, los efectos no deseados del turismo, se requiere de una adecuada planificación y gestión para lo cual, una de las herramientas más útiles son los sistemas de indicadores, ya que permiten medir los impactos para posteriormente aplicar acciones preventivas o correctoras (UNWOT, 2005).

En esta línea, la UNWOT en su informe '¿Exceso de turismo?' Entender y Gestionar el Crecimiento del Turismo Urbano más allá de las Perspectivas (2018), se planteó como una de las estrategias y medidas para abordar el crecimiento de visitantes en las ciudades (número 11) establecer medidas de supervisión y respuesta. Más concretamente, ha propuesto monitorizar los indicadores clave, tales como las fluctuaciones estacionales de la demanda, llegadas, niveles de gasto, patrones de visita de las atracciones, segmentos de visitantes, etc.. y acompañarlo con el aprovechamiento de las tecnologías Big Data y las nuevas tecnologías.

Nos movemos por tanto en un doble plano: por un lado, la configuración de un sistema de indicadores suficientemente riguroso y representativo para poder anticipar los efectos de la saturación turística en cualquiera de los ámbitos a los que afecta y por otro, la disponibilidad de nuevas tecnologías Big Data aplicadas a fuentes de datos que permiten obtener resultados en tiempo real y con suficiente escalabilidad.

Tomando en cuenta el limitado desarrollo sobre el tema de indicadores de sostenibilidad turística en los ámbitos urbanos, el auge acelerado del fenómeno del turismo al que estos entornos se enfrentan y el desarrollo tecnológico para la obtención de medidas que permitan anticipar posibles situaciones de saturación, esta investigación pretende generar una propuesta de un sistema de indicadores que facilite los procesos de decisión y gestión turística en las ciudades

2. SISTEMAS DE MÉTRICAS PARA LA MONITORIZACIÓN DEL TURISMO

UNWOT generó un sistema de indicadores de turismo (UNWOT, 2005) para ayudar a identificar los factores clave que hacen que un destino sea atractivo, viable y sostenible. Se trataba de un diseño bastante ambicioso en el que se identifican como elementos básicos dimensiones como la satisfacción de residentes y turistas, los efectos del turismo en la sociedad y la economía, la estacionalidad del turismo, la gestión de agua, residuos y recursos energéticos...

En UNWOT en estos momentos está en curso la elaboración de un proyecto marco para la normalización de los datos relativos a la incidencia del turismo sobre la sostenibilidad, con miras a que la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas (CSNU) lo adopte.

Por su parte, la Comisión Europea puso en marcha en 2013 el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (ETIS) con el fin de ayudar a los destinos a controlar y medir los

resultados de su turismo sostenible, utilizando un enfoque común comparable. Al identificar un conjunto de indicadores clave, proporciona a los destinos la información básica que necesitan para hacer un seguimiento de la sostenibilidad y para gestionar la actividad turística de manera más eficaz.

El sistema del ETIS se basa en veintisiete indicadores principales y cuarenta indicadores opcionales, subdivididos en cuatro categorías: gestión de destinos, incidencia social y cultural, valor económico e impacto ambiental.

Desde la perspectiva académica, Choi et al. (2005) suponen un primer marco de referencia para el desarrollo de indicadores objetivos de sostenibilidad para los destinos turísticos. Empleando una técnica Delphi modificada (con un panel de 38 académicos, investigadores en turismo) alcanzaron un consenso sobre un conjunto de 125 indicadores de los siguientes ámbitos: político (32), social (28), ecológico (25), económico (24), tecnológico (3) y cultural (13).

Torres-Delgado et al. (2014) realizan un ejercicio de síntesis y una de sus principales conclusiones es que la efectividad de los indicadores para alcanzar los ideales del desarrollo del turismo sostenible se ve afectada por la ambigüedad en la definición del concepto de turismo sostenible y los problemas asociados con la disponibilidad de datos.

Más centrados en el riesgo derivado de la saturación turística (“overtourism”), el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), integrado por grandes empresas internacionales del sector junto a la consultora McKinsey, elaboró un informe sobre las ciudades con mayor riesgo de sufrir problemas asociados a la masificación turística (McKinsey, 2017). Este estudio trata de identificar los problemas que genera la llegada masiva de turistas en 68 grandes ciudades y establecer el riesgo en cada una de esas áreas. Se plantea un sistema de métricas de referencia que aborda diferentes ámbitos de un destino: alienamiento de los residentes locales, degradación de la experiencia turística, sobrecarga de la infraestructura y daño al entorno natural. Además, como resultado del benchmarking, aporta umbrales de referencia para estos indicadores.

Recientemente, el European Parliament’s Committee on Transport and Tourism (TRAN, 2018) del parlamento europeo ha elaborado un informe cuyo objetivo es identificar y evaluar los problemas asociados a la masificación turística para proponer políticas y prácticas para mitigar sus efectos negativos. Concluye con una propuesta de indicadores básicos que se estructuran en los siguientes ámbitos: densidad e intensidad turística, crecimiento de las pernoctaciones, participación de la actividad turística en el PIB, cuota de alojamiento Airbnb (respecto a booking y Airbnb), intensidad de viajeros aéreos y cercanía a aeropuertos, puertos de desembarco de cruceros y ciudades patrimonio de la humanidad.

Si bien los valores medios y las distribuciones de los indicadores difieren significativamente, existe una gran superposición de valores entre los grupos de regiones con y sin “overtourism”. Sin embargo, todavía es difícil asignar un valor general o un umbral a una métrica o una combinación de ellas que pudiera servir como antecedente predictor de situaciones de saturación turística.

3. TECNOLOGÍAS BIG DATA APLICADAS A LA MONITORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Desde una perspectiva más general, Li J. et al. (2018) recogen que en estudios turísticos se han venido contemplando tres categorías diferentes de fuentes de datos sobre los que se aplican tecnologías Big Data: Los procedentes del contenido difundido por los propios usuarios sobre todo en redes sociales, los generados por los dispositivos (fundamentalmente smartphones) y los procedentes de las actividades transaccionales que realizan los usuarios en Internet como búsquedas, reserva, compras, etc...

Dentro de los primeros se consideran los datos UGC (User Generated Content) directamente relacionados con el desarrollo de la web 2.0. Incluyen comentarios en portales específicos, redes sociales, fotografías, videos...

Por otro lado, están los datos generados por los terminales móviles (smartphones). La implantación global de los smartphones, el desarrollo de internet de las Cosas (IoT), diversos dispositivos (por ejemplo, registradores de GPS, Estaciones base de telecomunicación, sensores bluetooth, electrónicos, lectores y escáneres WIFI) están siendo empleados para rastrear la actividad turística.

Finalmente, la actividad de los usuarios en Internet constituye también una interesante fuente de datos para los estudios e investigaciones sobre turismo. En este ámbito estarían incluidas las búsquedas, las visitas a páginas web específicas, las compras y reservas de productos o servicios. Esta fuente de datos se ha empleado con profusión para realizar predicciones sobre demanda turística para los destinos o el diseño de campañas de marketing on line a partir de los patrones de comportamiento en las búsquedas de los potenciales viajeros.

De todas las fuentes de datos anteriores, los metadatos generados por las redes móviles presentan algunas características muy útiles para su explotación en entornos turísticos: permiten tener acceso a muestras muy numerosas, se generan de forma pasiva en relación a los usuarios, no requieren el despliegue de infraestructura específica, son colectados por los operadores móviles como parte de sus procesos internos, permiten realizar el seguimiento de los visitantes prácticamente en tiempo real, el análisis puede prolongarse indefinidamente en el tiempo y permiten analizar comportamientos pasados (Eurostat 2014)

La utilización de esta fuente de datos en estudios académicos sobre turismo está en sus etapas iniciales y se está abordando desde una doble perspectiva: su aplicabilidad para este ámbito concreto y el análisis del comportamiento de los visitantes en áreas geográficas específicas (Li J. et al., 2018). En este último ámbito, diferentes estudios empíricos han abordado sobre todo la distribución geográfica de los visitantes (Ahas et al., 2007; Baggio y Scaglioneb, 2017; Raus J. et al. 2016) o la caracterización del flujo de turistas en áreas seleccionadas (Quin S. et al., 2019).

Desde el punto de vista de su estructura, los registros generados por las redes móviles están diseñados para que los operadores móviles controlen toda la actividad de comunicaciones de sus redes, por lo que incorporan múltiples campos con finalidad específicamente tecnológica. De todos ellos, los más utilizados por las tecnologías Big Data en los estudios sobre turismo actuales son: la ubicación de la torre celular, la fecha/hora en la que se inicia la comunicación y el identificador de itinerancia para usuarios visitantes de otros países (Qin et al., 2019)

No obstante, el uso de estos metadatos plantea algunos retos tecnológicos: no disponer de la posición GPS de los usuarios, los elevados volúmenes de datos generados, períodos sin comunicación por parte de los usuarios, inconsistencias respecto a la localización... Pero uno de los aspectos clave es la garantía de privacidad, lo que requiere niveles de agregación por encima de un umbral tal que evite la identificación individual (Eurostat, 2014).

Eurostat y otros institutos nacionales de estadística han estudiado el potencial de los metadatos móviles para mejorar la precisión de los indicadores sobre turismo (Eurostat, 2014). También el Banco de Francia y la Dirección General de Finanzas de este país han realizado una prueba piloto para evaluar la capacidad de los metadatos móviles para eventualmente reemplazar, en parte o en su totalidad, las encuestas actuales sobre el número de visitantes extranjeros y pernoctaciones (Cousin G. and Hillaireau F., 2018).

En España, el ente público SEGITTUR, que es responsable de impulsar la innovación (I+D+i) en el sector turístico español, tanto en el sector público (nuevos modelos y canales de promoción, gestión y creación de destinos inteligentes, etc.) como en el sector privado, está en fase de desarrollo de sus Sistema de Inteligencia Turística en el que ya se cuenta con información obtenida mediante tecnologías Big Data sobre metadatos móviles (SEGITTUR, 2015)

4. DISCUSIÓN

La disponibilidad de datos estadísticos ha sido uno de los condicionantes tradicionales a la hora de proponer sistemas de indicadores para la monitorización de la actividad turística por parte de los destinos. Especialmente durante los últimos años, esta situación ha ido mejorando como consecuencia del impacto cada vez más relevante de la

digitalización y la evolución tecnológica. Al igual que en otros ámbitos, las tecnologías Big Data y más concretamente, las basadas en metadatos de movilidad de redes móviles están cada vez más presentes en los diferentes agentes que intervienen en el sector del turismo. No obstante, su aportación de valor está muy condicionada por dos aspectos clave: las características específicas de esta fuente de datos y las técnicas analíticas desarrolladas para generar indicadores representativos (Eurostat, 2014).

En análisis de saturación turística, las tecnologías Big Data aplicadas sobre metadatos móviles evitan la necesidad de recurrir a fuentes estadísticas específicas de cada destino y mejoran el nivel de detalle de los resultados, caracterizando espacial y temporalmente la movilidad de los visitantes por rango horario y por cada zona geográfica de interés (Qin S., 2019).

Estas capacidades permiten abordar la configuración de los sistemas de indicadores sin gran parte de las barreras y limitaciones asociadas a las fuentes de datos convencionales. El objetivo es anticipar y gestionar situaciones de saturación turística desde una perspectiva más directa y permitiendo una monitorización en tiempo real, capaz de desencadenar medidas y estrategias que permitan controlar sus efectos.

A partir del análisis de los diversos sistemas propuestos de indicadores, planteamos una primera propuesta para entornos urbanos, en su mayoría, indicadores simples basados en datos estadísticos o con un tratamiento de datos simple, representados en cifras brutas, proporciones o porcentajes. Cada destino debe fijar sus umbrales desencadenantes de medidas orientadas a combatir los efectos de la saturación turística.

Tabla 1. Propuesta de sistema de indicadores

Ámbito	Métricas ²	Cálculo-resultado ³	Referencia
Impacto económico general	Número de visitantes únicos	Visitantes detectados anual/mensual/semanal/diario/hora	ETIS
	Pernoctación media	Número de pernoctaciones/visitantes únicos anual/mensual/semanal	ETIS
	Estimación de puestos de trabajo generados por la actividad turística	Número de trabajadores en zonas turísticas en períodos de máxima actividad respecto al de mínima actividad	
Impacto en la	Densidad de visitantes ⁴	Visitantes/km ²	McKinsey

2 Pueden obtenerse resultados con máxima granularidad espacio-temporal: por zonas específicas y para las diferentes horas del día. También pueden aplicarse diferentes criterios de segmentación: por tipo de desplazamiento (avión, vehículo, crucero) o por características sociodemográficas (género, rangos de edad)

3 El período de cálculo aplicado puede ser flexible: día, semana, mes, año...

4 Se identifican los visitantes no únicos presentes en un par espacio-tiempo.

comunidad	Intensidad de visitantes ⁵	Visitantes/residentes	McKinsey
	Densidad Turistas ⁶	Pernoctaciones/Km2	TRAN
	Intensidad Turistas ⁷	Pernoctaciones/residentes	TRAN
	Crecimiento del número de pernoctaciones	% anual	TRAN
	Estacionalidad de llegadas	Número llegadas mayor mes/número llegadas menor mes	TRAN, McKinsey
	Intensidad de pernoctaciones reguladas	Número de pernoctaciones/plazas hoteleras reguladas/km2	Propio (a partir de TRAN)
	Densidad de pernoctaciones reguladas	Número de pernoctaciones/plazas hoteleras reguladas/residentes	Propio (a partir de TRAN)
Impacto medioambiental	Degradación medioambiental como consecuencia de los desplazamientos de la actividad turística	Número total de desplazamientos en vehículos realizados por los visitantes en las zonas identificadas	Propio
	Degradación medioambiental como consecuencia del aumento de tiempos de desplazamiento para realizar los desplazamientos en vehículo privado/transporte público	Tiempo medio de desplazamiento entre diferentes zonas considerando visitantes + residentes en vehículo privado/transporte público.	Propio
Saturación de infraestructuras locales	Empeoramiento del tiempo de desplazamiento a zonas específicas de interés público para los ciudadanos en vehículo privado/transporte público	Tiempo medio de desplazamiento respecto a un desplazamiento normalizado entre dos zonas para residentes	Propio (a partir de WTO)
	Ocupación de zonas públicas de interés para los ciudadanos	Intensidad de visitantes en zonas públicas relevantes para los residentes (parques, jardines, plazas, servicios públicos...)	Propio
Nivel de satisfacción del visitante	Dificultad para llegar a los lugares turísticos más visitados	Tiempo medio de acceso al top 5 de lugares turísticos	Propio

5 Idéntico al caso anterior

6 Hace referencia a turistas únicos

7 Idéntico al caso anterior

	Optimización de la visita	Tiempo medio de estancia en el top 5 de lugares turísticos.	Propio
	Nivel de fidelización para los lugares más visitados.	Visitantes que repiten la visita/visitantes totales	ETIS
	Nivel de frustración como consecuencia de la saturación de los lugares turísticos más visitados.	Visitantes que se marchan sin realizar la visita/visitantes totales	Propio
Impacto sobre el entorno	Intensidad y densidad de visitas en lugares próximos de interés para residentes	Número de visitantes de lugares de interés para residentes predefinidos (lugares patrimonio de la humanidad, playas, zonas naturales)	Propio
	Crecimiento de visitantes en lugares de interés próximos para residentes	% anual/mensual/semanal	Propio

Fuente: elaboración propia

5. BIBLIOGRAFÍA

Ahas R., Aasa A., Ular M., Pae T., Kull A. (2007) Seasonal tourism spaces in Estonia: Case study with mobile positioning data. *Tourism Management* 28 (2007) 898–910

Baggioa R., Scaglioneb M., (2017). Strategic Visitor Flows (SVF) analysis using mobile data. ENTER2017, 24rd International Conference on Information Technology and Travel & Tourism. Rome

Choi, H., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*. 27(6). 1274-1289. doi:10.1016/j.tourman.2005.05.018

Cordero Fernández de Córdoba J., (2017), Propuesta de un sistema de indicadores de sostenibilidad turística para destinos urbanos, e-ISSN: 2014-4458

Cousin G., Hillaireau F. (2018), Can Mobile Phone Data Improve the Measurement of International Tourism in France?. *Economie et statistique/Economics and Statistics*, N°

505-506, pp. 89-107

European Commission. (2016). The European Tourism Indicator System, ETIS toolkit for sustainable destination management

Eurostat (2014). Feasibility Study on the Use of Mobile Phone Positioning Data for Tourism

Statistics. Consolidated Report Eurostat Contract N° 30501.2012.001-2012.452

<http://ec.europa.eu/eurostat/documents/747990/>

Global Sustainable Tourism Council (GSTC). (2013). Global Sustainable Council Tourism Criteria for Destinations (GSTC-D) with suggested performance indicators

Goodwin, H. (2017). The Challenge of Overtourism, Responsible Tourism Partnership Working Paper 4. <http://haroldgoodwin.info/pubs/RTP>

Gonzalez, V.M., Coromina, L., Galí, N..(2018). Overtourism: Residents' perceptions of tourism impact as an indicator of resident social carrying capacity—Case study of a Spanish heritage town. *Tour. Rev.* 2018, 73,277–296, doi:10.1108/TR-08-2017-0138.14.

Koens, K. Postma, Papp. (2018), Entender el exceso de turismo en el contexto de una ciudad. Organización Mundial del Turismo (OMT)

Li J., Xu L, Tang L., Wang S., Li L. (2018). Big data in tourism research: A literature review, *Tourism Management* 68:301-323

McKinsey and Company, (2017), Coping with success. Managing overcrowding in tourism destinations

NUWOT, 2018 ¿Exceso de turismo? Entender y Gestionar el Crecimiento del Turismo Urbano más allá de las Perspectivas, Consorcio Turismo de Sevilla

Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., Eijgelaar, E., Hartman, S., Heslinga, J., Isaac, R., Mitas, O., Moretti, S., Nawijn, J., Papp, B. and Postma, A. (2018) Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels

Qin S., Man J., Wang X., Li C., Dong H., Ge X. (2019). Applying Big Data Analytics to Monitor Tourist Flow for the Scenic Area Operation Management. *Discrete Dynamics in*

Nature and Society Volume 2019, Article ID 8239047,
<https://doi.org/10.1155/2019/8239047>

Raus J., Ahan R., Tirus M. (2016). Measuring tourism destinations using mobile tracking data. *Tourism Management* 57 202-212 <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.06.006>

SEGITTUR (2015) Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro.

Torres-Delgado A., Saarinen J. (2014). Using indicators to assess sustainable tourism development: a review. *Journal Tourism Geographies An International Journal of Tourism Space. Place and Environment*, Volume 16

United Nations World Tourism Organization UNWTO. (2005), *Indicadores de Sostenibilidad para los Destinos Turísticos. Guía Práctica*

United Nations World Tourism Organization UNWTO. (1999) *Sustainable Development of Tourism – An Annotated Bibliography*

VIGILANCIA TECNOLÓGICA Y TENDENCIAS GLOBALES DEL SECTOR TURISMO. UN INSTRUMENTO DE PROSPECTIVA PARA LA TOMA DE DECISIONES DE ACTORES LOCALES

Ing. Ronald Kliebs Yáñez¹

Resumen

El Reporte “Turismo Cultura y Naturaleza” de la Unidad de Vigilancia Tecnológica de la Universidad de La Frontera, busca presentar información actualizada acerca de los nuevos desafíos y principales macrotendencias asociadas al sector, con el objetivo de aportar a la discusión acerca de las relaciones entre gobernanza y desarrollo territorial de manera prospectiva, ya que a partir de un análisis FODA, fue posible corroborar que los actores locales de la Región de La Araucanía consideran relevantes los resultados entregados.

En este sentido, la información es gestionada por la plataforma de inteligencia competitiva Antara Mussol, que permite obtener señales de diversas fuentes de información del mercado local, nacional e internacional, por medio del análisis de campos semánticos previamente definidos.

Las macrotendencias presentes en el Reporte vinculan la necesidad de digitalizar el turismo, promover un turismo responsable, caracterizar a los nuevos turistas, impulsar los objetivos de desarrollo sostenible vinculados al turismo y ver al sector como una herramienta de desarrollo local, sumado a identificar cuáles son los perfiles laborales y las competencias demandadas actualmente o a futuro. Algunos de estos perfiles son los gestores de redes sociales, especialista de datos, encargados de clientes millenials, gestor estratégico de ventas, entre otros.

Palabras clave: vigilancia tecnológica; inteligencia competitiva; campos semánticos; macrotendencias; prospectiva.

¹ Instituto de Desarrollo Local y Regional, Universidad de La Frontera, Chile. ronald.kliebs@ufrontera.cl

Abstract

The Report "Tourism Culture and Nature" of the Technological Vigilance Office of the University of La Frontera, seeks to present updated information about the new challenges and main macrotrends in the sector, with the aim of contributing to the discussion about the relations between governance and the territorial development of the prospective way, since from a SWOT analysis, it was possible to corroborate that the local actors of La Araucanía region consider the results delivered to be relevant.

In this sense, the information is managed by the Antara Mussol competitive intelligence platform, which allows obtaining signals from various sources of information on the local, national and international markets, through the analysis of previously defined semantic fields.

The macrotrends present in the Report link the need to digitize tourism, promote responsible tourism, characterize new tourists, promote the objectives of sustainable development that are link to tourism and look the sector as a tool for local development, in addition to identifying which are the labor profiles and competences demanded at present or in the future. Some of these profiles are social network managers, data specialists, managers of millennial clients, strategic sales manager, among others.

Keywords: technological vigilance; competitive intelligence; semantic fields; macrotrends; prospective.

1. INTRODUCCIÓN

Los reportes del sector turismo, desarrollados por la Unidad de Vigilancia Tecnológica del Instituto de Desarrollo Local y Regional, a través del proyecto Observatorio Laboral Araucanía, cuentan con el apoyo y asesoría de la plataforma de Vigilancia Tecnológica Antara Mussol, una herramienta que ayuda a la "...identificación, recolección, análisis y distribución de inteligencia sobre productos, clientes, competidores y cualquier otro aspecto del entorno..." (Antara, 2019). Por tanto, Mussol brinda la posibilidad de captar señales del mercado para la toma de decisiones de las organizaciones, identificando amenazas y oportunidades en el mercado, y reaccionando adecuadamente a ellas. Los productos ofrecidos por Antara están enfocados en la industria de la tecnología informática a través del análisis de mega tendencias globales, panorama del sector, desafíos y recomendaciones, de manera de orientar la toma de decisiones estratégicas.

De esta manera, tomando la definición entregada por la Norma de Gestión de la I+D+i, se entiende por Vigilancia Tecnológica al “proceso organizado, selectivo y sistemático, para captar información del exterior y de la propia organización sobre ciencia y tecnología, seleccionarla, analizarla, difundirla y comunicarla para convertirla en conocimiento con el fin de tomar decisiones con menor riesgo y poder anticiparse a los cambios” (UNE 166000:2006). Es aquí donde el análisis prospectivo toma relevancia, pues si bien no resulta sencillo realizar un ejercicio de prospectiva (Fernández et al., 2005), una mirada cualitativa como las entrevistas y análisis de información web, sumado a un análisis estadístico, permiten analizar el sector de manera integral.

2. OBJETIVO

2.1 Objetivo general

Diseñar e implementar reportes del mercado laboral y dinámicas del sector turismo a través de Vigilancia Tecnológica.

2.2 Objetivos específicos

Seleccionar información relevante para entender el comportamiento del sector turismo a nivel regional, nacional e internacional.

Aportar a la discusión acerca de las relaciones entre gobernanza y desarrollo territorial de manera prospectiva en el sector turismo.

3. METODOLOGÍA

El modelo de gestión sobre el entorno laboral del sector turismo se compone de los siguientes procesos:

Proceso de identificación de necesidades de información: proceso en el cual se lleva a cabo la identificación más detallada de cada necesidad de información, sus fuentes de información y medios de acceso, con entrevistas a actores claves del sector.

Proceso de búsqueda, tratamiento y validación de la información: proceso en el cual se lleva a cabo, a partir del refinamiento de la necesidad de información, la construcción del campo semántico, para proceder con la búsqueda, el tratamiento y validación de la

información mediante un sistema de gestión de la información que permita disponer de información y capacidad de distribución.

Proceso de puesta en valor de la información: proceso en el cual se lleva a cabo el análisis de la información, y su contextualización a partir de la interacción con profesionales con conocimientos del ámbito turístico. Finalmente se generan reportes temáticos en formatos digitales para su iteración, distribución y almacenamiento.

Generación de reportes temáticos: se realiza una jornada en la cual se prioriza el sector turismo como una de las áreas temáticas que, a criterio del consejo asesor del Observatorio Laboral Araucanía, es importante abordar desde los Reportes de Vigilancia Tecnológica. En consecuencia, el turismo fue priorizado el año 2017 y 2018, por lo que se generaron dos Reportes de Turismo Cultura y Naturaleza, respectivamente.

A continuación, se especifica la metodología con la cual se trabajan los campos semánticos en la plataforma, definiendo los conceptos, para luego obtener como resultado los Reportes de Vigilancia Tecnológica:

3.1. Vocabulario

Es parte fundamental para la Vigilancia Tecnológica, en especial por el funcionamiento de la Plataforma Mussol, el uso de un vocabulario apropiado y coherente con la temática a desarrollar en cada uno de los reportes. Este vocabulario contempla el uso de términos en español, inglés y sus respectivos sinónimos. A medida que se avanza en los reportes y en la entrega de los mismos, el vocabulario ingresado en la plataforma no es modificado puesto que la idea de esta unidad es hacer actualizaciones periódicas de los reportes. El vocabulario contempla la geografía, los clientes, competidores, organizaciones y vocabulario específico para cada sector productivo, llegando a contar, actualmente con 2.297 conceptos ingresados en la plataforma, para más de 8 sectores productivos.

3.2. Hipótesis

Las hipótesis se realizan en base a las palabras ingresadas en la sección de vocabulario de Mussol, dichas hipótesis se crean uniendo vocabularios específicos (carpetas, conceptos, sinónimos, etc.) los cuales se agrupan bajo un nombre determinado (Ej.: turismo en la región de La Araucanía) y al interior de una carpeta que agrupa las hipótesis relacionadas. Estas hipótesis se ajustan en base a la revisión diaria de las señales, ya que generan los filtros necesarios para la obtención de información relevante usada en los

reportes mensuales. Existen más de 200 hipótesis, de las cuales 68 corresponden al sector turismo.

3.3. Fuentes

Esta sección de la plataforma Mussol permite ingresar las fuentes (páginas web, email, Google Drive, RSS o Base de Datos) que permitirán abordar los diferentes sectores productivos, actualmente existen más 1.500 fuentes ingresadas, de las cuales más de 100 corresponden al sector turismo, específicamente. Para ello, en las entrevistas con actores claves se solicita información que consideren relévate.

Las fuentes se agrupan de acuerdo a las temáticas, la institucionalidad, los sectores y el financiamiento de las mismas, en específico si son páginas de gobierno, administración pública o privadas.

3.4. Señales

La revisión de la información proveniente de las fuentes antes mencionadas se realiza a través de la recepción diaria de correos electrónicos, los cuales contienen un número de señales (noticias, informes, etc.) agrupadas de acuerdo a las hipótesis creadas y sub divididas por agrupaciones de fuentes. Al ingresar a la Plataforma Mussol se observa un apartado en el cual se detalla la razón por la cual dicha página web fue tomada como señal, correspondiente al vocabulario utilizado en la hipótesis.

Es posible catalogar la señal como amenaza, oportunidad, recomendación o enviarla a la sección de reportes; además, es posible realizar comentarios respecto al motivo por el cual es catalogada en alguna de las opciones antes mencionadas.

3.5. Reportes plataforma

En esta sección es posible generar reportes de acuerdo al tipo de señal que se desea agrupar. Luego de generar estos reportes en la plataforma, se generan carpetas de edición. En las carpetas de edición se encuentran las señales que fueron enviadas a la sección de reportes desde la sección de las señales, las cuales se nombran como "*señales candidatas sugeridas por los usuarios*", estas señales son leídas y analizadas por los administradores y editores de la plataforma los cuales en base a la valoración entregada por el resto del equipo (oportunidad, amenazas, comentarios, etc.) son traspasadas a "*señales seleccionadas para este problema*" las cuales son copiadas a una matriz de vaciado.

3.6. Matriz de vaciado

Esta matriz está compuesta por el título de la señal, el nombre de la fuente, el tipo de señal (página web, PDF, noticias, etc.), el link de la web, un código general que está pre definido por el equipo (desafíos tecnológicos, macro tendencias, etc.), código específico que es definido por el analista que realiza la revisión de las señales, un resumen de la señal y, por último, citas textuales que se encuentren en la señal.

3.7. Entrevistas

Las entrevistas son realizadas a tres o cuatro actores claves. Dicha selección se hace en base a la búsqueda de perspectivas provenientes de distintos espacios de la sociedad, ya sea el sector público, privado u ONG. Específicamente, en los reportes del sector turismo, se realizaron entrevistas a directores y seremis de la región vinculados al sector.

3.8. Estadísticas

Por último, en cada uno de los reportes se ha utilizado información estadística (SERNATUR, CASEN, ODEPA, Aduana, SII, etc.) para complementar las señales utilizadas en los reportes. Dichas estadísticas están relacionadas con las señales encontradas y permiten contextualizar y complementar de mejor manera la información entregada por la hipótesis de trabajo.

4. RESULTADOS

A continuación, se revisarán los principales resultados de los Reportes de Vigilancia Tecnológica Turismo Cultura y Naturaleza en los años 2017 y 2018, y luego se verán los resultados del análisis FODA realizado por el Observatorio Laboral Araucanía.

4.1 Reporte Vigilancia Tecnológica Turismo Cultura y Naturaleza 2017

El Reporte cuenta con cuatro entrevistas a actores relevantes del sector, como el Coordinador del Observatorio Laboral Araucanía, el Director Regional de SERNATUR Araucanía, el SEREMI del Trabajo y Previsión Social de la región y la jefa de la Unidad de Turismo Social de SERNATUR Nacional. Luego, los apartados del documento se centran en una caracterización del turismo en la región de La Araucanía, nuevas tendencias del turismo, panorama nacional e internacional, turismo de naturaleza, turismo de cultura y ocupaciones del sector.

El Turismo de Cultura y Naturaleza para La Araucanía es un sector con un alto potencial de desarrollo, ya que, en las 13 Áreas Silvestres Protegidas de la región se recibieron más de 460 mil visitas (CONAF, 2016), correspondiente a un 2,2% más que en 2015. Dentro de las tendencias para el sector destacan la incorporación de TICs, aplicaciones móviles relacionadas con productos, servicios y experiencias turísticas (Intelitur & Segittur, 2017), cambios en los medios de pago, el rol de la sustentabilidad, la valoración por lo local y el desarrollo de destinos turísticos accesibles. Además, se visualiza una sofisticación y diversificación de la oferta turística con la incorporación de nuevas actividades como el Turismo Cultural, Enoturismo, Turismo Aventura, Turismo Deportivo, Turismo Médico, Turismo Rural, Rutas gastronómicas y viajes de desintoxicación digital, entre otros.

En cuanto al turismo naturaleza, los medios internacionales consagraron a Chile como un destino turístico imperdible, capaz de ofrecer experiencias turísticas únicas relacionadas con la gran variedad de atractivos naturales que posee el país y, La Araucanía, no es la excepción. A lo largo de los años, los perfiles de turistas han ido cambiando y se definen principalmente por tres particularidades: exigen mayor calidad, se vinculan fuertemente a la tecnología y buscan diferenciación – experiencia única.

4.2 Reporte Vigilancia Tecnológica Turismo Cultura y Naturaleza 2018

El Reporte cuenta con cuatro entrevistas a actores relevantes del sector, como el SEREMI de Economía de La Araucanía, el Encargado del Plan Impulso Araucanía, el presidente de HOTELGA Araucanía y la presidenta del Consejo Regional Araucanía. Luego, los apartados del documento se centran en el sector turismo, un apartado estadístico, nuevos desafíos tecnológicos, nuevos perfiles laborales y la oferta formativa en el sector turismo.

Algunas de las conclusiones que se pueden encontrar en el Reporte de Turismo del año 2018 es que el sector se caracteriza por ser un rubro altamente dinámico, sujeto a múltiples cambios y evoluciones a lo largo de los años. Ante la revisión de las principales tendencias 2018-2019 que modelan el sector turismo, se observan alternativas al turismo tradicional. Efectivamente, asistimos a la emergencia de un nuevo turista responsable, consciente de las variables sociales, económicas y medioambientales de su entorno, participando activamente a la implementación de un desarrollo sostenible, por tanto "...el eco-turismo y el turismo sostenible se convierten así, en un ejemplo a seguir para cambiar la trayectoria natural de la industria turística en el actual contexto globalizado y altamente

interconectado.” (Leal, 2017, pág. 5). Adicionalmente, se destacan otras modalidades de turismo en esta línea, tales como el ecoturista, o el turismo solidario.

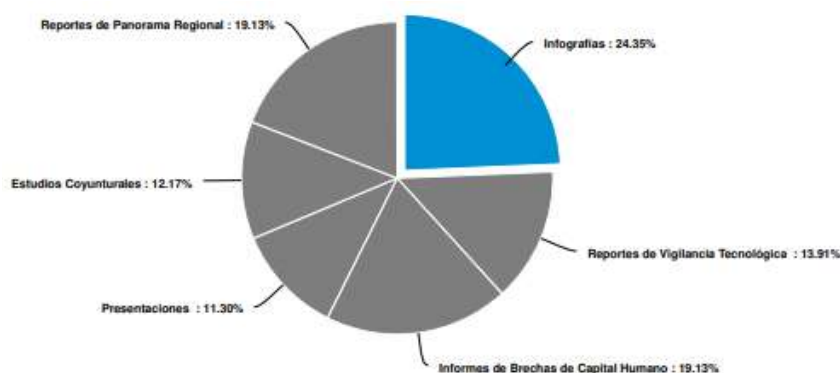
En cuanto al panorama internacional, nacional y regional en el sector turismo, es posible encontrar que la transformación digital es uno de los principales desafíos presentes en el sector, ya sea por el uso de nuevas herramientas de información como por el cambio de perfil de los turistas, quienes consideran el turismo de cultura y naturaleza un producto turístico sostenible (Martínez Quintana, 2017). Además, cabe señalar que el teléfono móvil se ha convertido en una herramienta esencial al momento de planificar el viaje. En efecto, algunas aplicaciones de Smartphone son muy utilizadas por los turistas, tales como Trip Advisor, Chile Travel, Google Translate, XE Currency Converter entre otras, y constituyen los canales de marketing idóneos para llegar a los nuevos segmentos de viajeros.

4.3 Análisis FODA Observatorio Laboral Araucanía 2019

La última encuesta online que se realizó a mediados de enero, corresponde al análisis FODA que se realiza anualmente y fue enviada a los actores claves con los que se ha articulado el proyecto del Observatorio Laboral Araucanía durante los dos primeros años de funcionamiento.

Al momento de identificar cuáles son los informes más relevantes según los usuarios de la información generada por el Observatorio Laboral, se aprecia que de las personas que han respondido a la pregunta “¿Específicamente que información ha utilizado?”, 13,91% de ellos, destacaron los Reportes de Vigilancia Tecnológica.

Figura 1. FODA 2019 Observatorio Laboral Araucanía



Fuente: FODA OLA 2019, QuestionPro

En esta misma línea, algunas de las respuestas asociadas a las preguntas abiertas del análisis FODA, reafirman la relevancia de la información entregada en los reportes. Así, dentro de las principales fortalezas del Observatorio Laboral Araucanía, se ha destacado la relevancia de la Unidad de Vigilancia Tecnológica.

“[los reportes] permiten problematizar las necesidades de la región y ofrecen casi siempre nuevas temáticas que son pertinentes para la región de La Araucanía. Por ejemplo, la inmigración, o la vigilancia tecnológica son interesantes líneas.” (Informante de Institución de Formación, Profesional Académica)

Otro aspecto importante de subrayar, tiene que ver con el formato de los reportes de la Unidad de Vigilancia Tecnológica, que se encuentran al alcance de todo público.

“La facilidad de comprensión de los datos presentados y lo estratégico de la información de los reportes de Vigilancia” (Informante de Institución de Formación, Estudiante)

En base a lo anterior y en términos prospectivos, los Reportes de Vigilancia Tecnológica buscan articular el accionar de los actores públicos y privados del sector turismo, pues “... por medio de la prospectiva contemporánea se pretende, además, actuar en contextos institucionales y construir el futuro a través de decisiones estratégicas.” (Medina, 2014, pág. 186)

5. CONCLUSIONES

El Turismo Cultura y Naturaleza transita hacia un enfoque sostenible, buscando mejorar la calidad de vida de las comunidades locales, mediante la promoción de acuerdos de asociatividad y liderazgo de los pequeños empresarios y/o comunidades indígenas.

Algunas características que se esperan de profesionales ligados al turismo es la capacidad creativa y de análisis, consciencia turística, espíritu innovador, interés por viajar, gusto y facilidad por los idiomas y vocación de servicio, entre otros. Lo anterior, como base para un desarrollo territorial del sector en alianza con los tomadores de decisiones del sector público y privado.

Los cambios tecnológicos conllevan un cambio en el estilo de vida de los perfiles tradicionales de turistas. En este sentido, la incorporación de trabajadores nómades, alojamientos experimentales, eco voluntariados, vacaciones compartidas, turismos

solidarios y ecoturismo; hacen que las entidades públicas y privadas deban redefinir el trato que tienen con los usuarios para mejorar las experiencias turísticas.

Los Reportes de Vigilancia Tecnológica permiten que los cambios en los sectores productivos, específicamente en turismo, sean conocidos por los actores locales y los tomadores de decisiones, siendo un aporte en la discusión de políticas públicas y privadas del sector. Con lo anterior, se busca fortalecer el desarrollo territorial de la región de La Araucanía.

BIBLIOGRAFÍA

Antara Information Technology (2019). Inteligencia Competitiva Semántica. España: Antara. Recuperado de: <https://www.antara.ws/es/soluciones-software/inteligencia-competitiva-semantica>

Corporación Nacional Forestal CONAF. (2016). Recuperado de Base de Datos de: <http://www.conaf.cl/parques-nacionales/visitanos/estadisticas-de-visitacion/>

Fernández, J.M., Morato, A., Rodríguez, A. (2005). Estudio de Prospectiva del Sector Turismo. Escenarios de demanda global y tendencias tecnológicas. Madrid, España. Fundación Observatorio de Prospectiva Tecnológica Industrial OPTI.

Intelitur & Segittur. (2017). Guía apps turísticas. Tercera edición, Madrid, España.

Leal, M. (2017). Turismo Ecológico y Sostenible: Perfiles y Tendencias. The Ostelea School of Tourism & Hospitality. Madrid, España.

Martínez Quintana, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193 (785): a396. doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>

Medina, J. (2014). El avance de la prospectiva en América Latina y el Caribe: factor esencial para un nuevo paradigma de planificación para el desarrollo en el siglo XX. En J. Máttar & D. Perrotti (eds). *Planificación, prospectiva y gestión pública. Reflexiones para la agenda de desarrollo* (pp. 173 – 206). Santiago, Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

UNE 166000. (2006). Gestión de la I+D+i: Terminología y definiciones de las actividades de I+D+i. Asociación Española de Normalización y Certificación. España, Madrid.

PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD LOCAL EN LA GESTIÓN TURÍSTICA DEL PARQUE NACIONAL CERRO CASTILLO Y SU ZOÑA ALEDAÑA – PATAGONIA AYSÉN CHILE

Lic. Camila Salas Ojeda¹
Mg. Guillermo Pacheco²
Dr. Adriano Rovira³

Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar y evidenciar la participación de la comunidad local en la gestión turística del Parque Nacional Cerro Castillo y su zona aledaña, esto se realizó mediante reuniones técnicas y entrevistas con funcionarios públicos, operadores y concesionarios de las Áreas Silvestres Protegidas por el Estado (ASPE) en la región de Aysén durante los años 2018-2019. En temporada estival (2019), se visitaron y caracterizaron mediante entrevistas semiestructuradas a los servicios turísticos de la zona aledaña, concentrada mayormente en Villa Cerro Castillo. Los principales resultados de esta investigación son la caracterización de los encadenamientos socioproductivos de las iniciativas turísticas de la zona aledaña del Parque Nacional Cerro Castillo, el diagnóstico actual de la participación en la co-gestión o administración de las comunidades locales para finalmente proponer una metodología que facilite procesos de gobernanza y deliberaciones entre la entidad pública que administra y las comunidades locales. Se concluye que la participación es un tema de interés para las familias que se dedican al turismo en la zona aledaña del Parque, pero actualmente, las metodologías de los sistemas de participación no son pertinentes y no facilitan la articulación de los actores locales frente a la gestión turística del parque.

Palabras clave: Turismo, gobernanza, comunidad local.

1 Unidad de estudios regionales Trapananda, Universidad Austral de Chile, Chile camilasalasojeda@gmail.com

2 Unidad de estudios regionales Trapananda, Universidad Austral de Chile, Chile guillermopachecohabert@gmail.com

3 Unidad de estudios regionales Trapananda, Universidad Austral de Chile, Chile aroviras@uach.cl

Abstract

The objective of this investigation is to analyze and prove the participation of the local community in the touristic management of Cerro Castillo National Park and its surroundings. The research was carried out by technical meetings and interviews with workers of the public system, along with ASPE operators and touristic dealerships in the Aysén region during the years 2018 and 2019. During the summer season of 2019, the touristic services from the surrounding areas were visited, and characterized through semi-structured interviews mainly in Villa Cerro Castillo. The most important results of this investigation were the characterization of the socio-productive linkage in the touristic initiatives from the surrounding areas of Parque Nacional Cerro Castillo, the current diagnose of the participation in the eco management and administration of local communities, and finally to propose a methodology that facilitates the governability processes and discussions among local communities, along with the public entity in charge of the administration. In conclusion, the participation is a relevant topic for the families dedicated to tourism near the park, but currently the methodologies of these systems are not opportune and they do not facilitate the joint work of the local party along with the touristic management of the park.

Keywords: Tourism, governance, local community.

INTRODUCCIÓN

La actual Política de Turismo de la Región de Aysén se sostiene de 8 principios: sustentabilidad, participación, innovación, calidad, articulación, gradualidad, adaptabilidad e identidad, destacamos los principios de: participación, el cual consiste en considerar a los diversos actores del turismo con énfasis en la dimensión local y regional a fin de entender sus intereses y necesidades para construir acuerdos con objetivos y acciones en común. Innovación referente a la búsqueda y puesta en práctica de nuevos productos, tecnologías, instrumentos y procesos que fortalezcan la actividad turística y contribuyan a la cadena de valor y finalmente la articulación la cual implica los necesarios encadenamientos e integración tanto en el desarrollo de destinos, oferta, comercialización y trabajo conjunto entre el Estado, la industria y las comunidades locales [CITATION Gob07 \l 13322].

METODOLOGÍA

Se trata de una investigación exploratoria de carácter cualitativo acerca de la participación de la comunidad local en sistemas de gobernanza para la gestión turística del P.N Cerro Castillo y la zona aledaña. Esto se realizó durante el año 2018 y 2019 a través de primeros acercamientos y reuniones con funcionarios públicos, operadores y concesionarios de la región de Aysén, en los que se pudo identificar los mecanismos actuales sobre gobernanza del turismo en áreas silvestres protegidas de la Patagonia Chilena, en este caso, con foco en el territorio del P.N Cerro Castillo, su zona aledaña y de influencia. Estas entrevistas fueron grabadas y transcritas, analizadas y puestas en discusión en diferentes instancias participativas como seminarios y talleres.

También fue posible caracterizar a la comunidad local dedicada al turismo y conocer sus interacciones con la gestión y toma de decisiones sobre el P.N Cerro Castillo. Se lograron entrevistar a un total de 16 servicios turísticos mediante una ficha de caracterización en la Villa Cerro Castillo que es el punto de acceso a esta ASPE. Estas entrevistas fueron tabuladas mediante estadísticas descriptivas en Microsoft Excel.

OBJETIVO GENERAL

Analizar y evidenciar la participación de la comunidad local en la gestión turística del Parque Nacional Cerro Castillo y su zona aledaña.

Objetivos específicos

- 1- Reconocer y caracterizar las dinámicas locales que pudiesen estar relacionadas la participación en la co-gestión de la comunidad local en el Parque Nacional Cerro Castillo.
- 2- Caracterizar los encadenamientos socioproductivos y las dinámicas socioeconómicas de las iniciativas turísticas de la zona aledaña del Parque Nacional Cerro Castillo.

Uno de los Parques Nacionales y su comunidad aledaña escogidos para analizar el territorio de Gestión Turística en torno a la ASPE fue el P.N Cerro Castillo y su zona aledaña Villa Cerro Castillo, este Parque está ubicado en la Región de Aysén, entre las comunas de Coyhaique y Río Ibáñez. Fue creada el 19 de junio de 1970 (como reserva nacional), mediante el DS n.º201, tiene una superficie de 138.164 hectáreas. El año 2018 cambió su denominación a Parque Nacional, este destaca por la protección de las especies de fauna huemul, puma, guanaco, chingue patagónico y zorro colorado, entre otros. En lo que a flora se refiere, predominan los bosques caducifolios con presencia de la lenga, el ñirre, el notro o ciruelillo y el calafate [CITATION Cor191 \l 13322]. El P.N cuenta con 5.149 visitas al año 2016 y está dentro de las 20 ASPE priorizadas por el comité de ministros [CITATION Sub15 \l 13322].

Con respecto a la zona aledaña, Villa Cerro Castillo esta fue fundada en el año 1966, deriva su nombre del macizo rocoso que adorna el horizonte. Su actividad predominante es la ganadera, tanto ovina como bovina, además de convertirse en unos de los puntos turísticos de la región, principalmente por su imponente Cerro Castillo. Su población se distingue de las otras localidades por su activa promoción del turismo cultural, principalmente por el rescate de las tradiciones campesinas. Aquí la gente no sólo vive de sus tradiciones a diario, sino que la resalta, en especial, en el Encuentro Costumbrista “Rescatando Tradiciones”, único en su tipo en la Región de Aysén y que se lleva a cabo todos los años en el mes de enero. Entre sus importantes atractivos encontramos al sitio arqueológico “Paredón de las manos”, Museo Escuela Cerro Castillo, importantes cultores músicos que rememoran con su poesía y canto a las costumbres de sus antepasados, además se encuentran hermosos sitios como el Lago Laparent, El Claro y las Ardillas [CITATION Ilu19 \l 13322].

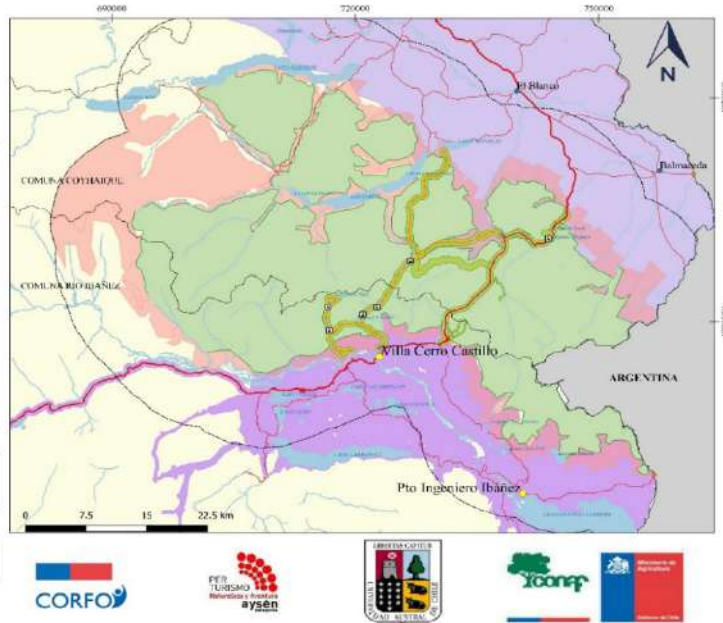
Figura 1. Territorio de Gestión Turística

Territorio de Gestión Turística en torno al ASP: Parque Nacional Cerro Castillo

LEYENDA	
[Color amarillo]	Región de Aysén
[Línea negra]	Límite comunal
[Color verde claro]	Área Silvestre Protegida
[Color verde oscuro]	PUP
[Color rojo]	Propiedades colindantes.
[Color morado]	D. Turístico Coyhaique-Pto Aysén
[Color azul]	ZOIT Chelenko
[Color naranja]	Comunidades Aledañas
[Punto negro]	Comunidades Potenciales
[Punto rojo]	Pasos Fronterizos
[Cuadrado negro]	Campamentos
[Punto azul]	Accesos formales
[Línea roja]	Senderos
[Línea roja gruesa]	Ruta 7, Carretera Austral
[Línea azul]	Caminos
[Línea azul gruesa]	Lagos
[Línea azul]	Ríos
[Línea roja]	Buffer 10km

Sistema de coordenadas UTM
Datum WGS 84 Huso 18 S

Fuente: CONAF, SERNATUR,
DGA, CIREN, MOP, Región de
Aysén.



Fuente: Proyecto Bien Público “Sistema de Gestión Turística de ASPE en la Región de Aysén”.

RESULTADOS

1- Diagnóstico actual de la participación en la co-gestión o administración de las comunidades locales.

El capital humano es escaso para la planificación y gestión turística de las ASPE y sus zonas aledañas, por lo que se pudo identificar y analizar algunos procesos que han intentado incorporar en el capital humano, intentos de experiencias inspiradas en la articulación local, en ese caso, en la región se identifican tanto los consejos consultivos, (C.C de ahora en adelante) como las agrupaciones de amigos como dos formas distintas de aproximación entre CONAF y otras organizaciones locales para dar cuenta y resolver problemáticas territoriales asociadas. Ambas formas de vinculación de CONAF con organizaciones y actores locales tienen una lógica distinta, sin embargo, coexisten y

algunos sujetos participan de ambas instancias [CITATION Pac18 \l 13322]. Los procesos reales de gobernanza no son de consulta, sino de deliberación y acuerdos, hechos que aún no se logran dar en la región respecto a la administración turística de las ASPE y la participación de los actores locales en los procesos de decisión [CITATION Ser17 \l 13322].

Los C.C de las ASPE no son vinculantes respecto a las decisiones que CONAF debe tomar, son netamente consultivos. Según la visión de los actores locales los resultados no han sido muy evidentes, y se piensa que no se ha logrado realmente que esta figura sea un aporte real en la planificación territorial tanto para temas de conservación como temas productivos. Una de sus principales dificultades es netamente logística, tal como lo indican algunos administradores de las áreas en las entrevistas efectuadas, dado que los participantes del C. C habitan territorios alejados unos de otros, complicando la asistencia de todos los actores en las pocas reuniones anuales que se realizan, por lo tanto, solo la instancia de reunir se hace demasiado complicada en grandes extensiones territoriales que corresponden a zona aledaña de las ASPE. En ese sentido, se propone revisar las formas metodológicas acerca de cómo se efectúan estos procesos participativos vinculados a ASPE. Para la mayoría de los actores estos C. C no han funcionado del todo bien para el propósito que se creó, que era contar con una contraparte local que facilite la administración y gestión por parte de CONAF [CITATION Pac18 \l 13322].

Con el propósito de estudiar y diseñar en conjunto una metodología que facilite procesos de gobernanza y deliberaciones entre la entidad pública que administra la ASPE y las comunidades locales, se han analizado distintos escenarios para posibilitar un sistema de gestión turística de las ASPE entre las escalas locales y la escala regional. En ese contexto, la Universidad Austral de Chile mediante el proyecto Bien Público de CORFO “Sistema de Gestión Turística de ASPE en la Región de Aysén”, en el que se enmarca este artículo, viene desarrollando una propuesta metodológica para poner en marcha un piloto de gobernanza local en el P.N Cerro Castillo y zona aledaña.

Se comprende a la gobernanza como un proceso de organización que busca resultados colectivos, para esto los espacios de diálogo (voz) y participación son sumamente relevantes, considerando sobre todo la necesidad de articular actores ante la carencia de un capital humano que permita la gestión turística sustentable dentro de las ASPE y en las zonas aledañas. Para lograrlo es importante canalizar las visiones de los actores locales que participan directamente en una forma de gobernanza local, con directa comunicación

con la planificación intercomunal y regional. Esta coherencia en la política territorial en sus escalas locales y regionales puede facilitar la agilidad de la implementación de políticas públicas que realmente se enfoquen en el desarrollo del turismo sustentable dentro de las ASPE y en las zonas aledañas. Se trata de una gobernanza multinivel que integran distintas escalas de planificación y de toma de decisiones.

Esta propuesta de gobernanza se sustenta en una instancia local en la que cada ASPE pueda contar con un Concejo Local que sea vinculante con las decisiones que puedan ser tomadas entre CONAF y los actores locales involucrados. Este Consejo Local opera tanto dentro de la ASPE como en su zona aledaña e integra a agrupaciones de base, redes de servicios turísticos, municipalidades, ZOIT, CONAF, propietarios de zonas colindantes, concesionarios, más otras instituciones públicas y privadas intervinientes de forma directa.

Estos Consejos Locales podrían estar directamente vinculados con la planificación a nivel comunal e intercomunal a través de las ZOIT o las mesas comunales de turismo en su defecto. Se busca que dentro de las gestiones realizadas por estas instancias de gobernanza del turismo incluyan como tema relevante la administración y gestión de las ASPE, para de esta forma contar con una estrategia sostenida sobre la conservación y puesta en valor de estas áreas, con una coherencia inter escala respecto a cómo se organiza el mismo sector productivo del turismo a nivel comunal y regional.

2. Caracterización de los encadenamientos socioproductivos de las iniciativas turísticas de la zona aledaña del P.N Cerro Castillo

Los encadenamientos socioproductivos pueden categorizarse de forma general en horizontales, hacia adelante y hacia atrás. Los encadenamientos horizontales pueden ser territoriales y políticos y administrativos. Los del tipo territorial son alianzas y/o redes de cooperación entre organizaciones colectivas, microempresas e iniciativas asociadas (Oyarzun, Pacheco & Nova 2016). Aquí encontramos servicios de alimentación, alojamiento, transporte operadores locales, entre otros.

El 80% de los servicios encuestados participan en algún tipo de organizaciones colectivas referente a turismo u otra, siendo parte de encadenamientos horizontales políticos

territoriales mediante organizaciones de base en las que las comunidades locales se encuentran organizadas.

A diferencia de los clúster comprendidos como sistemas productivos cerrados entre proveedores y grandes industrias, los encadenamientos socioproductivos se concentran en micro y pequeñas empresas, sobre todo por las realidades encontradas en los territorios de las regiones de Chile, estos son una respuesta a la red de relaciones de cada uno de los componentes del sistema turístico de un destino y/o territorio y la interacción de estos elementos da forma a la oferta y a la experiencia turística (Pacheco *et al* 2011, Oyarzun *et al* 2016). Sobre todo considerando que un 97% de los servicios turísticos son micro y pequeñas empresas en Chile, muchas de estas de carácter familiar sobre todo en las experiencias rurales [CITATION Sub13 \l 13322]. El tipo de iniciativas formales presentes en Villa Cerro Castillo son en un 50% microempresas familiares, un 56% funciona todo el año, y un 44% funciona por temporada entre los meses de septiembre a abril, dándose que además del pequeño tamaño de la oferta y demanda esta a su vez sea estacionaria, sin embargo, a nivel económico y microterritorial estas iniciativas han permitido la diversificación productiva de las actividades campesinas.

En cuanto a los encadenamientos políticos y administrativos, se suman actores locales relevantes, principalmente las instituciones de carácter público, tales como departamentos municipales de turismo, SERNATUR, universidades, fundaciones con quienes se pueden conformar Organismos de Gestión de Destinos (OGD) o Acuerdos de Desarrollo Turístico Local (ADTL). Se puede identificar a los actuales actores presentes en la comunidad, quienes trabajan de manera activa en el territorio y se relacionan con la actividad turística, además de ser reconocidos por los prestadores de servicios turísticos encuestados como parte de las organizaciones o redes productivas de las que forman parte, estos son: en el ámbito público CONAF, Departamento de Turismo de la I. Municipalidad, ZOIT Chelenko. En el ámbito privado a la Universidad Austral de Chile y ámbito local a juntas de vecinos, asociación gremial El Bosque y La Bajada.

Los encadenamientos socioproductivos hacia atrás tienen relación con los proveedores de servicios turísticos, en ítems de alimentación, equipamiento, infraestructura y calefacción, se destaca la capital provincial, Coyhaique, como principal ciudad proveedora de alimentación., equipamiento e infraestructura a través de sus proveedores como: Distribuidora Adelco, Dimax, La Damasca, Agrosuper y supermercado Unimarc para

alimentación, en equipamiento destaca Homecenter Sodimac, Carrasco Crédito, ABCDIN, Comercial Valdez, en infraestructura Homecenter Sodimac y ferreterías San Cristobal. El único insumo que se produce en la Villa es la leña, la cual se compra a proveedores locales, también en menor proporción algunos prestadores de servicios turísticos reconocen como proveedores locales a productores de hortalizas.

Los encadenamientos socioproductivos hacia adelante son el tipo de encadenamientos que está vinculado con los clientes de los servicios turísticos, los cuales se dividen en internos (trabajadores) y externos (cliente final e intermediarios). Como clientes internos se entenderán los trabajadores de servicios turísticos, quienes al estar satisfechos en su trabajo lograrán mejores niveles de eficiencia y eficacia en el trabajo que realizan. El promedio de la muestra referente al n° de trabajadores en temporada alta es de 5 y en temporada baja 3 estos datos incluyen a los dueños de los servicios como trabajadores, en referencia al promedio de rango de edad mínima de los trabajadores es de 28 años y la máxima promedio es de 54 años. Con respecto a los trabajadores con formación en turismo un 56% afirma tener trabajadores con formación en turismo.

Como clientes externos se entenderán los intermediarios, quienes corresponden a las agencias de viajes y tour operadores los cuales demandan servicios turísticos a través de la intermediación de ventas para llegar al cliente final, siendo este último quien realiza el acto de compra.

Si bien en su mayoría, la muestra reconoce comercializar sus servicios turísticos de forma directa, hay 4 prestadores de servicios turísticos que trabajan con intermediarios nacionales e internacionales.

CONCLUSIONES

Es necesario avanzar en nuevas metodologías participativas de gobernanza, para así crear políticas públicas acercadas a la realidad, así como también lograr una coordinación entre todos los actores vinculados a las ASPE, a la conservación y al turismo no solo de una manera consultiva sino también vinculante.

Esta coherencia en la política territorial en sus escalas locales y regionales puede facilitar la agilidad de la implementación de políticas públicas que realmente se enfoquen en el desarrollo del turismo sustentable dentro de las ASP y en las zonas aledañas.

El estudio de los encadenamientos socioprodutivos dentro y fuera del Parque Nacional Cerro Castillo facilita la comprensión del turismo en estos espacios como un sistema dinámico, en el que se desenvuelve una cadena productiva con características concretas que nos permite reconocer el actual funcionamiento del turismo en estas áreas de conservación y como se relaciona la comunidad local mediante su participación en la cadena de valor. Estas aproximaciones nos pueden acercar hacia posibles respuestas respecto si: ¿Está realmente incluida la comunidad local en el turismo que se desarrolla en las ASPE?

BIBLIOGRAFÍA

- Corporación Forestal Nacional. (2019). *Parque Nacional Cerro Castillo*. Obtenido de www.conaf.cl: <http://www.conaf.cl/parques/parque-nacional-cerro-castillo/>
- Gobierno Regional de Aysén. (2007). *Política Regional de Turismo Aysén*. Coyhaique.
- Ilustre Municipalidad de Río Ibañez . (2019). *Turismo*. Obtenido de rioibanez.cl: <https://rioibanez.cl/v4/villa-cerro-castillo/>
- Oyarzún , E., Pacheco, G., & Nova, G. (2016). Encadenamientos socioprodutivos en el turismo y diversificación económica del país. En *Gestión municipal del turismo para el desarrollo territorial* (págs. 31-42). Valdivia: Universidad Austral de Chile.
- Pacheco Habert, G. (2018). *EVALUACIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO DE LAS ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS DEL ESTADO EN LA REGIÓN DE AYSÉN: EN BUSQUEDA DE CAMINOS PARA UNA GOBERNANZA PARTICIPATIVA Y MULTINIVEL*. . Coyhaique.
- Servicio Nacional de Turismo. (2017). *Anuario de Turismo Región de Aysén*. Coyhaique .
- Subsecretaría de Turismo. (2013). *Informe Nacional de Evolución Turística 2008-2013*. Santiago.
- Subsecretaría de Turismo. (2015). *Plan de Acción de Turismo Sustentable en Áreas protegidas del Estado 2014-2018*. Santiago de Chile: Subsecretaría de Turismo.

Turismo, tantos desafíos para tantas oportunidades, territorio y gobernanza de destinos.

Pedro Burgos Vásquez, Universidad Austral de Chile, Corporación Panguipulli 2046

Palabras Clave: Turismo, desarrollo local, territorio, estrategia, identidad.

Introducción

Imaginemos un destino turístico exitoso, con tasas de crecimiento anuales, con construcción de nuevas plazas hoteleras, de restaurantes y locales de entretenimiento, muchos vehículos abarrotan las calles. En ese mismo destino los residentes en su mayoría son mano de obra en distintas empresas, otros, los menos han logrado emprender, los precios han aumentado sin diferenciar a los vecinos y vecinas, ir a la playa es complicado por los hoteles construidos en el borde lago y encontrar pueblos originarios es cada vez de mayor dificultad. Seguramente ese territorio no considera a la comunidad en su planificación, no la suma a la gobernanza o la planificación estratégica y el destino corre en el túnel de tener siempre más y más turistas. Chile ha recibido un aumento de turistas y en general los chilenos estamos viajando más por Chile, así también la conectividad avanza llegando a territorios hasta ahora sólo accesibles por transporte público o con vehículos preparados para rutas difíciles, el turismo entonces llega bajo la promesa de mejores ingresos, mayor empleo.

El objetivo del presente artículo dice relación con manifestar que nuestro país se encuentra en tiempo de abordar el desarrollo turístico a la altura de su potencialidad y reflejarlo definitivamente en planificación territorial, reorganización de plataformas de fomento productivo, elevar el rango legal e incorporar a la identidad como elemento central de las experiencias turísticas.

La metodología utilizada corresponde a revisión bibliográfica de algunos autores reconocidos en materia turística, la exposición de experiencia profesional del autor tanto en cargos públicos como experiencia académica y la participación en decisiones de orden comunal y regional en el ámbito turístico.

Resumen

Un destino turístico que desde la perspectiva de la industria turística es, sin duda exitoso si sus tasas anuales de crecimiento de turistas aumentan año a año, el aumento en la inversión de nuevas plazas hoteleras, nuevas inversiones en restaurantes o el desarrollo de infraestructura pública de preferencia carreteras asfaltadas, si se puede, hasta dentro de los parques nacionales. También el éxito se mide muchas veces por el aumento de segundas residencias o proyectos inmobiliarios. Sin embargo ese éxito muchas veces se construye sobre o desplazando a los habitantes locales, se han destruido hábitats naturales o se ha minimizado la identidad, a mayor abundancia la industria turística además es en su mayoría informal. La actividad turística es para regiones y comunas objetivo claro de programas y proyectos, está presente en casi todos los planes de desarrollo, sin embargo no se logra apreciar estrategia entre las declaraciones, la planificación y la acción. No existe desarrollo turístico sustentable, sino existe primero inteligencia territorial, si no avizoramos políticas públicas potentes de mediano y largo plazo y naturalmente nada de aquello tiene sentido si la toma de decisiones carece de orgánica, formalidad y representatividad, es decir una propuesta de gobernanza organizada y coherente.

Abstract

From the perspective of the tourism industry, a tourist destination is undoubtedly successful if it sees annual growth in the number of visitors, growth in the number of hotel beds, new investments in restaurants, or the development of public infrastructure, ideally in the form of paved roads—if possible, even within national parks. Success can also be measured by the increase in second homes or real estate projects. However, this success is often constructed at the expense of local residents, who have been displaced; natural habitats, which have been destroyed; and local identity, which has been diminished. The tourism industry is mostly informal, even though for many regions and municipalities, tourism is a stated goal in programs and projects, and it is present in almost every development plan. But between all of the declarations, the planning, and the action, strategy is lacking. Sustainable tourism development cannot exist if we do not have territorial intelligence and if we cannot anticipate effective public policies in the mid and

long term. Naturally, none of it makes sense if decision-making lacks organic formality and representation, which is to say, an organized and coherent proposal of governance.

1.- Respecto de los Números

Chile recibió alrededor de 5,8 millones de turistas el año 2018, aún cuando significo una baja respecto al año 2017, esos turistas dejan como balanza de exportación la suma de 4.253 millones de dólares . Por otra parte 11.600.934 residentes en Chile realizan al menos un viaje con pernoctación en el año, esto es el 74,1% del total de la población urbana con un total de 39.247.550 realizados por los residentes en Chile .

Por otra parte cada región, cada comuna genera balances turísticos una vez finalizada la temporada de verano. Es curioso ver los datos de prensa y evidenciar que siempre los números son crecientes, incluso algunas zonas muestran las cifras de sus eventos de verano y las conclusiones a lo largo del tiempo son parecidas: “estamos insertándonos en el turismo”, “nuestra comuna avanza a paso sólidos en turismo”, “ya estamos consolidados y esperamos el turismo internacional”. Asociados a aquello los balances habitualmente carecen de cruce estadísticos respecto de los costos asumidos por conceptos de seguridad, basura, congestión vehicular, precios, etc. Tampoco es posible observar datos relativos a ingresos, empleo o impacto económico en los territorios.

Se produce entonces dos situaciones a tener en cuenta, no se aborda el año completo como esquema de trabajo y se reduce todo el proceso a lo que ocurre en 40 días de verano, las estrategias son siempre de corto plazo azuzadas muchas veces por elementos políticos.

Entonces los destinos y/o comunas se enfrentan al círculo de enfrentar los desafíos y oportunidades a contrapelo de las necesidades y demandas del mercado, ese sector de la economía que posee un elemento central en el éxito turístico; los consumidores.

2.- Los Planes sin Planificación.

Hace un tiempo compartíamos la apreciación con algunos profesionales del turismo que aún cuando es muy conocido la existencia de muchos planes en nuestro país, tanto de turismo o fomento productivo con base en el turismo o desarrollo local con énfasis en turismo, no necesariamente nos encontramos con planificación territorial que adopte este rubro productivo como relevante o asuma tanto posibilidades como restricciones en referencia al producto turístico.

Más aún, se estima que la planificación turística no tiene su origen estricto en planes de turismo, sino en instrumentos públicos tales como los Planes Reguladores Comunales y su respectiva Ordenanza, el Plan de Desarrollo Comunal, el Padem en el caso del sector educacional que por orgánica son vinculantes en materia de ordenamiento y decisiones en el territorio. A mayor abundancia la denominación de Destinos Turísticos Inteligentes no tiene nada que ver con internet o aplicaciones para celular, son relevantes sin duda en un mundo cada día más digitalizado, pero no dan cuenta de una organización estratégica que en función del turismo permitan una conversación entre distintos instrumentos de planificación.

No significa que los planes estén mal formulados o mal concebidos, al contrario he visto algunos que son excepcionales. El problema o la debilidad esté en la ejecución, en el monitoreo y seguimiento. La gobernanza en Chile, salvo contadas excepciones, del sector turismo es débil, poco organizada y sostenida principalmente por la convocatoria pública. Esta situación conlleva externalidades para conducir procesos, terminar procesos y por su puesto evaluar procesos. Además la gobernanza es altamente dependiente de los ciclos políticos de cada territorio y ante la generación de políticas públicas como veremos más adelante no poseen un nivel sistemático de análisis, contrapropuesta o aprobación.

Entonces en nuestro país, joven en sus políticas de turismo, esencial establecer niveles permanentes de gobernanza, que contenga esencialmente participantes privados, de preferencia asociados, que incorpore a los ciudadanos que son los que finalmente residen los beneficios o impactos negativos de la actividad turística.

3.- La oportunidad local

La existencia de planes y programas a nivel país dan cuenta de lo que la Ley de Turismo establece, también de la relevancia país para un sector económico que hoy se ubica en cuarto lugar respecto a otros rubros como la minería, la salmonicultura, entre otros. Este nivel de planificación ha permitido que Chile cuente con un Plan Nacional de Turismo y una Estrategia de Turismo que estando en proceso de implementación persiguen posicionar a Chile en el contexto sudamericano y mundial, si bien esto ha tenido ciertos resultados especialmente en la cantidad de turistas llegados, aún es preciso avanzar en varios objetivos nacionales para su total implementación.

En regiones la realidad es dispar, todas las regiones del país poseen al turismo entre al menos los primeros cuatro rubros productivos, sin embargo los recursos sectoriales de Sernatur, ya que la Subsecretaría solo tiene representación administrativa en las respectivas seremías, son acotados al funcionamiento del servicio, los programas sociales y algunas acciones de capacitaciones. Por ello los GORE generan Políticas de Turismo, Programas Especiales o proyectos puntuales que abordan algún área del desarrollo turístico, la mayoría de las veces con desfase de ejecución respecto de las oportunidades del mercado y sin seguridad alguna de renovación anual en los respectivos presupuestos, por otra parte es común encontrar programas de turismo disgregados en varios servicios de fomento o responsabilidad social.

Sin embargo el mayor impacto para la gestión, el ecosistema y la industria se encuentran a nivel local, donde los turistas pernoctan, se alimentan, realizan las excursiones y demandan servicios básicos y consumen la oferta turística del territorio. Por ello el despliegue municipal, la gobernanza local y las condiciones y estrategias que se adopten en el ámbito local sin duda marcarán el éxito de un destino turístico, los recientes cambios legales permitirán que algunas municipalidades tengan Direcciones de Turismo con personal permanente y en ese escenario definir mejor el quehacer local. Esto en horizontes de mediano plazo, de trabajo público privado, de planes para los 365 días del año orientados al mercado del destino mediante experiencias únicas y con los ciudadanos entre los actores principales del desarrollo.

4.- Nos preparamos para el futuro?

Entre tanto desafío para tantas oportunidades es preciso dar una mira al futuro. Claramente nuestro país, sus regiones y comunas enfrentan hoy una de las etapas de mayor desafío en el turismo, superadas ciertos grados de aumento de llegadas y contar turistas por contar turistas, corresponde abordar tres áreas sensibles: la legislativa referida la Ley de Turismo, la financiera y la institucional.

Respecto de la primera debemos estar preocupados, ya que la Subsecretaría de Turismo tramita modificaciones a la Ley de Turismo, entre sus propuestas se encuentra eliminar Sernatur y crear Oficinas Regionales de Turismo dependientes de la Subsecretaría. Medida que además de atentar contra la descentralización minimiza la presencia institucional ya reducida y con pocas herramientas para enfrentar las demandas locales y regionales, ante el aumento de la oferta, aumento de la demanda, descontrol de los impactos y la casi nula incidencia en materia de decisiones locales, matizado muchas veces todo ello por esfuerzos más allá de lo institucional para lograr coherencia entre programas y proyectos y las brechas a superar.

En el tema financiero es falso que no se invierta en turismo en Chile, la inversión es millonaria al hacer la sumatoria de las regiones y los recursos invertidos por instituciones en el Ministerio de Economía y otros ministerios como el de Agricultura. Muchos denominan a ello apalancamiento, que para 10 años antes sin duda era espectacular, hoy las demandas requieren programas de fomento, proyectos en el marco profesional y legal de las instituciones mandatadas por ley para fomentar el turismo. No es un tema de recursos como plantea DIPRES sino de donde destinar los recursos. Ejemplos sobran, Turismo Rural de Indap posee presupuestos nacionales pero no asociados a las instituciones de turismo sino asociados a una entidad que debe velar por el desarrollo agropecuario. O programas sociales de Fosis asociados a Rutas Turísticas con todos los emprendedores informales. Otro ejemplo claro son los FIC aprobados por los Gobiernos Regionales para sumar planes y estrategias que luego adornan estantes y cajoneras sin superar la más mínima brecha. En contraste a la hora de certificar calidad, sustentabilidad, generar plataformas de marketing, levantar programas de formalización, aumentar el registro de empresas formales, incidir en planes y proyectos de obras públicas, de rutas turísticas donde los recursos escasean y aún los espacios para las gobernanzas son estrechos.

Bibliografía

- (1) <https://biblioteca.sernatur.cl/documentos/310.796.15S491a.2017.pdf>
- (2) <http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2015/10/Infografia-Turismo-Interno-de-Chile.pdf>

LA “RUTA MACONDO” COMO REFERENTE DE DESARROLLO TURÍSTICO- CULTURAL EN EL CARIBE COLOMBO-VENEZOLANO

Dr. Luis Rubén Pérez Pinzón¹

Resumen

La consolidación del turismo cultural en Colombia, y en particular el turismo literario, Durante la última década en el caribe colombo-venezolano, y específicamente en la “zona bananera”, se ha promovido una ruta de turismo cultural denominado “Macondo” en honor al mundo literario creado por el nobel Gabriel García Márquez al evocar a través de su “realismo mágico” las vivencias, narraciones y supersticiones aprendidas en esa zona productiva. La ruta propicia el desarrollo de acciones en competitividad como: el mejoramiento de las vías de transporte; la reconstrucción de bienes patrimoniales por el Gobierno nacional y la entrega de los mismos en comodato a empresas privadas para asegurar su sostenibilidad, especialmente al gremio de los palmicultores; la articulación de las autoridades turísticas de los pueblos patrimoniales de la región, así como la creación de una ruta turístico-literaria que articuló los bienes, instituciones y esfuerzos intergremiales para ofrecer una experiencia diferenciadora de la cultura caribe inspirada en la narrativa y los personajes de García Márquez.

Palabras Claves: Turismo literario, turismo cultural, Macondo, Caribe, Colombia

Abstract

The consolidation of cultural tourism in Colombia, and particularly literary tourism, During the last decade in the Colombian-Venezuelan Caribbean, and specifically in the "banana zone", a cultural tourism route called "Macondo" has been promoted in honor of the literary world created by the Nobel Gabriel García Márquez to evoke through his "magical realism" the experiences, narratives and superstitions learned in that productive area. The route promotes the development of competitiveness actions such as: improvement of transport routes; the reconstruction of patrimonial assets by the national Government and the delivery of them in commodatum to private companies to ensure their sustainability, especially the palm growers' guild; the articulation of the tourism authorities of the heritage towns of the region, as well as the creation of a tourist-literary route that articulated the goods, institutions and intergremial efforts to offer a differentiating experience of the Caribbean culture inspired by the narrative and the characters of García Márquez.

Keywords: Literary tourism, cultural tourism, Macondo, Caribbean, Colombia

1. INTRODUCCIÓN

El turismo literario es una de las tipologías más novedosas del turismo cultural al estar asociado el movimiento intencionado de personas hacia países con atractivos culturales concretos a causa de las búsquedas de paisajes culturales, mundos

¹ Departamento de Estudios Socio-humanísticos, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia. Tutor del Semillero de Investigación en Emprendimiento Cultural de la Universidad Industrial de Santander. lperez14@unab.edu.co

literarios y experiencias significativas promovidos desde la experiencia turístico-literaria (Pillet, 2014).

Los viajes con fines literarios articulan y prolongan la experiencia con el literato, el libro y la librería a través de los lugares de memoria literaria, los sitios de interés patrimonial, las manifestaciones artísticas y culturales, las exposiciones de diferentes artes, los lugares de creación o recreación artística, etc., que ocurren en ciudades, países o regiones que no son el lugar habitual de residencia del viajero al participar de rutas, encuentros, festivales asociados con un autor, su obra o el mundo imaginado desde los mismos (Morére y Perelló, 2013).

La relación entre turismo, literatura y vivencia significativa se constituyen en una tendencia creciente y consecuente a las transformaciones socioculturales que ha propiciado el fomento del ocio, la inclusión y la multiculturalidad, el rechazo a las prácticas de estandarización global, así como una alternativa de búsqueda de la singularidad al retornar los lectores al uso del viaje temerario para hallar lo significativo o patrimonial de la humanidad, en su mayoría mundos imaginarios (Macondo, Comala, Hogwarts, Narnia, Tierra media, etc.) o lugares de la memoria (la Castilla de Cervantes, Londres de Dickens, Dublín de Joyce, París de Balzac) (Martínez y Pérez, 2017).

El turismo literario se constituye en expresión de los paradigmas de la postmodernidad y la inversión en placer y comodidad postlaboral (el placer cognitivo de la lectura solitaria), a la par de ser una manifestación contemporánea de la búsqueda material de los espacios y ambientes que han sido significativos en la construcción de los imaginarios y representaciones (el placer de viajar con la imaginación) (Pillet, 2014, p. 300). Los cuales se derivan de los textos literarios leídos a la largo de la vida por los residentes, viajeros, visitantes y turistas al llegar hasta los lugares de los recuerdos o ensueños asociados con un autor, obra, edición o creación literaria (el placer literario de revivir la memoria) (Magadán y Rivas, 2012).

La articulación del turismo con la literatura reafirma además la creación y la memoria del hombre que se materializa en las obras de arte conservadas por su valor estético en librerías, bibliotecas, museos y monumentos, así como en las manifestaciones cotidianas que constituyen el patrimonio natural, religioso, civil, arqueológico, industrial, agrícola, etc., de cada cultura al constituirse en “paisaje literario” (Robinson y Andersen, 2002). La literatura, a la par de reafirmar las tensiones entre creador, creación y creatividad productiva interpretadas por un lector, revalida la condición del ser creador o los personajes creados desde un paisaje o ambientes específicos, permitiendo el discurso narrativo, lírico, dramáticos, etc., el acercamiento a esos espacios imaginados o recreados para todas las culturas, así como en excusa para que los lectores viajen y vayan en búsqueda de los mundos vividos por sus autores o personajes preferidos. De allí que la relación entre turismo y literatura se constituya en el caso de la relación entre viaje al caribe y literatura caribeña en: “Una forma de turismo cultural construido o motivado sobre obras literarias” (Magadán y Rivas, 2012, p. 79).

Esas interrelaciones implican para quienes recorren territorios como el narrado (el caribe colombiano) o el recreado (el macondo caribeño) por Gabriel García Márquez la conexión entre el lector y la obra literaria para la comprensión del paisaje cultural y territorio histórico representado por personajes exóticos y parajes universales. Ese es el caso de la ciudad de México, considerada la “segunda patria” de Gabo desde 1961, hasta donde llegan los viajeros para adentrarse las residencias que habitó el escritor, percibir las atmósferas que ambientaron la inspiración de clásicos como “Cien años de soledad”, las energías proyectadas por los escritores del “boom latinoamericano” convocados por “Gabo” alrededor de su obra, el espacio donde falleció, así como las plazas y monumentos que recientemente han sido erigidos para perpetuar su nombre (Cancillería, 2017).

El “realismo mágico” también cuenta con un espacio de tránsito bio-bibliográfico y recreación histórico-literaria (Pérez, 2017) en Barcelona (Casa América, 2017) y París

al ser promocionada la “ruta G. García Márquez” por el Instituto Cervantes. La ruta parisina centra su temática en el contexto de creación y cotidianidad vital que conllevó a la creación de la novela “El Coronel no tiene quien le escribía”, así como las comunicaciones y apoyo recibido desde Colombia por los integrantes del círculo intelectual de La Cueva. Para tal fin, el visitante es invitado a recorrer las calles parisinas desde el Hôtel des Trois Collèges hasta el Puente Saint-Michel en un trayecto de 2,6 km, haciendo las diecisiete estaciones sugeridas por el biógrafo Gerald Martin, la mayoría de las cuales son los cafés, restaurantes y teatros asociados con la vida cotidiana e intelectual del autor. Las vivencias y conocimientos sobre la vida parisina son rescatadas de las descripciones hechas por el mismo Gabo en novelas como “El amor en los tiempos del cólera” y “El general en su laberinto” (Instituto Cervantes, 2014).

Las ciudades y regiones al interior de Colombia también se han apropiado de la imagen y prestigio internacional del premio nobel de literatura de 1982 (Llano, 2018) al promover y consolidar rutas, destinos y productos turísticos que propicien el desarrollo local o regional (Aviatur, 2018). Siendo de especial interés la promoción turístico-literaria de lugares recreados en novelas como “El amor en los tiempos del cólera” al exaltarse la ruta transversal caribeña desde Cartagena hasta Santa Marta, pasando por la siempre mencionada o recreada Ciénaga. Sin embargo, de forma explícita y obligante la Ley de Honores a la vida y obra del “máximo exponente de las artes y la cultura colombiana” y “gloria de las letras universales” (Ley 1741 del 24 de diciembre 2014), ordenó un programa de conservación, mejora y mantenimiento de bienes y espacios culturales “con valor simbólico para la geografía vital” del nobel de 1982.

Espacios culturales a partir de los cuales fueron configurados los personajes y espacios del “micromundo macondiano” (Meggeney, 1986), entre los cuales están: su natal Aracataca (Casa-museo, iglesia San José, Camellón de los Almendros, Estación del Ferrocarril, Oficina del Telegrafista); su entorno artístico-profesional en Barranquilla (Parque cultural del Caribe compuesto por Museo del Caribe, Museo de Arte Moderno, Cinemateca del Caribe y Centro Cultural La Cueva) y su cíclico escenario creativo asociado con Cartagena (Centro Internacional para el Legado de Gabriel García Márquez compuesto por exposición biográfica e interactiva permanente, centro de información al público, librería, cafetería, Escuela Internacional de Formación e Innovación en Periodismo y Comunicación con espacios físicos y programas de formación e investigación) (Ley 1741, 2014).

Apelando a la interpretación interdisciplinaria que debe caracterizar al turismo literario ante los embates de la postmodernidad (Watson, 2009) y como salvaguarda de los microespacios que contienen patrimonio cultural y territorial, cuyos paisajes literarios (narrados, creados o recreados) permiten “el redescubrimiento de nuevas modalidades culturales” (Pillet, 2014, p. 306), este artículo analiza la adecuación turístico-literaria que se ha hecho de la población y región natal de Gabo, acorde a la apropiación colombiana que se ha hecho del turismo literario, al ser definido como la “...modalidad de turismo cultural donde el viajero busca conexión con la vida del escritor, su casa natal y el lugar donde escribió sus obras” (Quiceno, 2016).

2. OBJETIVOS

La comunicación describe en primer lugar la articulación del imaginario local de surgimiento vital y creativo del autor con la reafirmación político-económica de una región cultural asociada con las tierras baja de la ciénaga y el río Magdalena a través de la “ruta macondo” (ver Anexo 1). En un segundo apartado, se analiza de forma densa y comparada la adecuación de la población de Aracataca como escenario de recreación de la vida y obra de Gabo, a partir de la gobernanza turística alcanzada entre agremiaciones de la industria privada, los gobiernos local y nacional. Siendo finalmente resaltadas las instituciones promotoras de la “ruta turística Aracataca”.

3. METODOLOGÍA

La investigación de campo desarrollada corresponde a un estudio con enfoque cualitativo, de carácter descriptivo, para el cual se apeló al método y técnica etnográfica, caracterizada por la descripción superficial de las concepciones dominantes y la descripción en profundidad de las prácticas culturales vivenciadas y estudiadas (Huarcaya, 2003).

4. RESULTADOS

4.1 La ruta “Macondo” en Magdalena. Los Gobiernos de Colombia planificaron con anticipación los homenajes simbólicos a Gabo al conocerse que padecía cáncer irreversible. Se proyectó la imagen e iconografía de Gabo en el nuevo billete de cincuenta mil pesos (Proyecto Ley 190, 2014), la inauguración de centros culturales con su nombre, así como desde marzo de 2013 se promovió la creación de la ruta turística “Macondo realismo mágico” al protocolizarse en Aracataca la financiación de proyectos turísticos para el desarrollo de ese eje turístico y productivo del Magdalena asociado con la zona “bananera”.

Esa ruta requirió la restauración y promoción de los lugares legendarios asociados con la niñez creativa y las vivencias transformadas en imaginarios caribeños como era la Iglesia San José de Aracataca (donde fue bautizado), la Casa del Telegrafista (donde acompañó a su padre en el trabajo) y la Estación del Ferrocarril (desde donde se conectaba con el mundo caribeño y el país andino). Siendo articulados esos atractivos patrimoniales a la posible declaratoria de Aracataca como Pueblo Patrimonio, además de ser exaltados con una señalización turística que los articulaba con la Casa Museo (Mincit, 2013).

La infraestructura turística local debía estar compuesta además por: un Punto de Información Turística, un salón múltiple para atender eventos masivos, un salón múltiple con exposición permanente que recreara la vida y obra de G. García Márquez, parqueaderos junto a los destinos más visitados y un hotel temático complementado por un conjunto de cabañas de la “época bananera”. Siendo organizada la oferta cultural-patrimonial y la oferta turístico-literaria por “una estrategia cultural y artística interactiva” al interior de la población, así como un “Plan de Ordenamiento Turístico de la Zona Bananera y la Ciénaga Grande de Santa Marta”. Con lo cual, la infraestructura turístico-cultural de Aracataca debería estar conectada por el río Grande, el ferrocarril, la troncal central y las ramificaciones de la sierra al muelle, el malecón y la recuperación de los caños y playas proyectados para Ciénaga (Mincit, 2013).

La proyección de la ruta Macondo como fuente de desarrollo regional, el aseguramiento de la financiación de las obras proyectadas y la continuidad de recursos para el funcionamiento de esos servicios turísticos conllevó a que la visión del Gobierno Nacional fuese incorporada como tarea necesaria para cumplir con la Ley de Honores para exaltar la memoria e inmortalizar la vida y obra del “máximo exponente de las artes y la cultura colombiana” y “gloria de las letras universales”, así como para asegurar que Aracataca (Magdalena) como su tierra natal lograse: “...el desarrollo de una infraestructura receptiva adecuada y de formación para el trabajo con miras a generar empleo y satisfacer la demanda turística” (Ley 1741, 2014).

Las expectativas turísticas y las propuestas culturales de la propuesta inicial de ruta fueron sistematizadas en el “Plan Maestro de Turismo Ruta Macondo”, el cual fue validado en abril de 2016 con la coordinación del Observatorio del Caribe Colombiano. De tal modo, se estableció la visión estratégica de desarrollo para la zona bananera del Magdalena al identificarse los recursos y atractivos turísticos que desde la vida y obra de G. García Márquez permitía promover y conservar los recursos urbanos, naturales e intangibles que al exaltar el legado macondiano conllevaban el desarrollo turístico local (Opinión Caribe, 2016).

El enfoque diferencial y sostenible de la ruta concebida y promovida por el Viceministerio de Turismo al pretender hacer del norte del Magdalena un producto turístico con destinos naturales y culturales, tangibles e intangibles, requerirán que en

los siguientes veinte años los municipios articulados integren los bienes patrimoniales asociados con la vida y fuentes de inspiración literaria del Nobel de 1982, las características y problemáticas de la zona bananera que se describen en la novela premiada con el Nobel como en la autobiografía de Gabo (Opinión Caribe, 2016).

Los recursos naturales y los bienes patrimoniales que hacen de Ciénaga un pueblo patrimonio y “capital del realismo mágico” (El Informador, 2016) deberán permitir la ciénaga grande el ingreso al mundo fluvial de Macondo, así como por ser su centro urbano el escenario inspirador de los conflictos bipartidistas de las primeras novelas del nobel, lugar de huida de la protagonista de la novela más admirada y querida por Gabo (El amor en los tiempos del cólera), así como teatro vital de las luchas obreras y la “masacre de las bananeras”, directamente relacionada con su familia materna y las vicisitudes de los personajes de la novela ‘nobelada’ por la Academia Sueca (Cien años de soledad).

4.2 La ruta “Macondo” en Aracataca. La recreación de los lugares de la memoria en los cuales se considera que se inspiró Gabriel García Márquez para escribir la novela que lo hizo acreedor al premio nobel, cuentos experimentales de sus obras magnas, primeros relatos publicados sobre las disputas bipartidistas (La Hojarasca, La Mala Hora, Los entierros) y su autobiografía, ha conllevado a que Aracataca sea considerada en sí misma como la fuente real de “Macondo” por parte de sus estudiosos (Abello, 2018).

Los habitantes contemporáneos, especialmente los artistas y estudiantes, han hecho de la recreación teatral de los personajes de las novelas y los familiares cataqueros de Gabo una de las actividades culturales que reafirman la identidad local y contribuyen a la generación de actividades socioeconómicas asociadas con un turismo literario, inspirado en la vida y obra del único nobel colombiano.

Tanto la “Ruta Macondo” promovida por Fontur y el Ministerio de Cultura (2013), así como la ruta turística por Aracataca promovida por Fundepalma, coinciden y promueven al unísono los lugares que se recomiendan visitar al influenciar o ser resultado de la influencia de la obra creativa de Gabo. Esos lugares tienen la particularidad de seguir ejes viales de fácil recorrido y ubicación lineal dentro la ciudad de seguirse el siguiente orden:

Sur a norte: Estación del ferrocarril; Monumento a Remedios la bella; Camellón 20 julio; Escuela Montessori.

Occidente a oriente: Logia Masónica; Casa'e Tabla.

Oriente a occidente: Casa del telegrafista; Iglesia de San José;

Norte a sur: Plaza de Bolívar; Casa museo (Rodríguez, 2014, p. 38-72).

A esos destinos urbanos se suman otros lugares sugeridos a visitar al interior de la ciudad, aunque no directamente relacionados con la narrativa macondiana, como son: la plaza de los perros, el centro cultural Leo Matiz, la casa del Dr. José Barbosa (frente a la casa museo), el teatro Olympia y las playas del río Aracataca. De igual modo, en el mapa urbano de Fundepalma como en la ruta turística propuesta por Fontur se sugieren puntos institucionales (Alcaldía, estación de policía) y puntos viales que interconectan los destinos asociados con los orígenes literarios de Macondo como son: la Avenida Monseñor Espejo (conecta la casa del telegrafista con la casa museo de norte a sur); la calle de los turcos (conecta el sector comercial con el institucional de oriente a occidente), así como la calle España y el Puente de los varados (conectan la entrada a Aracataca con el centro histórico de sur a norte) (Rodríguez, 2014, p. 72-80).

Esa dinámica revela que el capítulo Magdalena de la Ruta Macondo ha sido concebida para centralizar y destacar los “puntos esenciales” al interior de Aracataca, coincidiendo con el “Plan de Gestión Turística” de Fundepalma. Sin embargo, La Ruta Macondo reconoce que la ruta debe tener la característica de interconectar a toda la zona bananera en la cual crecieron los seres vivos y los personajes fantásticos asociados con la infancia de Gabo, sumándose factores de desarrollo turístico local

como es el caso de la ciudad de Ciénaga, que además de ser declarada “Pueblo Patrimonio” es promovida como la “capital del realismo mágico” al estar asociada con algunos pasajes de la novela “Cien años de soledad”, con los lugares de huida de “El amor en los tiempos del cólera”, y en general, porque es “el lugar que realmente inspiró a Gabriel García Márquez en Cien Años de Soledad” (Red de pueblos, 2018).

Esas condiciones hacen que la ruta Macondo articule los lugares esenciales al interior del “Macondo bananero” con otras expresiones y manifestaciones del mismo asociados con una ruta de mayor extensión asociada con el río, el ferrocarril y la troncal carretera que conectan a Aracataca con Santa Marta Para lo cual desde la estación cataquera se debe pasar por Guacamayal, Guamachito y El Retén; Sevilla y los vestigios de la United Fruit Company; Varela y los mariposarios al aire libre de mariposas amarillas; Orihueca; Río frío y la finca Neerlandía donde culminó la guerra de los mil días como tema central de la narrativa macondiana; Ciénaga y Gaira, hasta llegar a la capital provincial donde murió y fue recreado el libertador caribeño a través de la novela histórica “El General en su laberinto” (Rodríguez, 2014, p. 22-38).

Al seguir los “puntos esenciales” que caracterizan la ruta urbana por Aracataca, el viajero debe iniciar y concluir su recorrido en la estación del ferrocarril. Lugar emblemático y simbólico en la narrativa caribeña recreada por Gabo en la cual convergen sus primeros experimentos por recrear el pueblo y la casa de la infancia, así como fue el ferrocarril la mejor expresión del mundo macondiano reflejado en la última visita que hiciese el nobel a su patria natal a bordo de un tren revestido de mariposas amarillas (Abello, 2018).

4.3 Dificultades y amenazas de la ruta “Aracataca”. Las limitaciones, dificultades e inequidades identificadas durante la experiencia vivencial en la ruta son resumidas en el cuadro 1 al identificarse los componentes turísticos básicos que deben caracterizar un destino y producto turístico a partir de la observación directa de cada lugar recomendado y el diálogo con los funcionarios encargados de los mismos, cuando estuvieron disponibles o con una actitud receptiva para hablar sin apegarse al guion museográfico memorizado (Solé, 2015, p. 10). Los criterios observados y evaluados en una escala de 0 a 5 puntos fueron los mismos a los propuestos para el diseño de la “Ruta Macondo”, siendo considerada la calificación cero como inexistente, uno inferida por sus características físicas, dos reconocible por informaciones fragmentadas; tres de fácil percepción; cuatro acorde a la normatividad interna y, cinco se evidenciaba la existencia del componente acorde a una norma técnica.

Los criterios específicos que fueron empleados para emplear la escala de evaluación de la “Ruta Macondo”, al interior de Aracataca, fueron:

- I: Señalización técnica en las vías públicas;
- II: Existencia de punto de información turística;
- III: Mención en guía y/o ruta (mural o impresa);
- IV: Recorrido siguiendo un guion turístico;
- V: Uso de referencias y citas de autores;
- VI: Recursos interactivos del guion o ruta;
- VII: Existencia de espacios para niños y niñas;
- VIII: Uso de estrategias de sensibilización comunitaria;
- IX: Habilidades de los guías internos o los informadores externos.

Cuadro 1. Valoración (0-5) de los componentes básicos de la Ruta Macondo en Aracataca.

Componentes de valoración	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	Tendencia del destino
1. Estación ferrocarril	2	2	5	2	3	2	4	5	3	3.1
2. Monumento a Remedios	2	0	5	1	3	0	2	2	0	1.6
3. Camellón 20 julio	2	0	5	1	1	0	3	2	0	1.5
4. Colegio Montessori	1	0	5	0	0	0	4	4	1	1.6
5. Logia Masónica	2	0	5	1	1	0	0	2	1	1.3
6. Casa e tabla	1	0	5	1	0	0	0	0	0	0.7

7. Casa del telegrafista	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4.0
8. Iglesia de San José	3	0	5	1	1	0	4	4	1	2.1
9. Plaza de Bolívar	3	0	5	1	1	0	4	4	1	2.1
10. Casa museo	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4.6
Tendencia de la ruta	2.4	1.1	5	1.7	1.9	1.1	2.9	3.1	1.5	2.7

Elaboración propia

Los resultados obtenidos por los investigadores apelando a la vivencia de la ruta como turistas literarios incognitos permiten concluir que, después de un lustro de planificación e inversiones la naciente “Ruta Macondo” en el segmento “Ruta Aracataca” al obtener la puntuación 2,7 debe ser ubicada en un nivel de “evolución turística” (Butler, 1980) -inicial- con evidentes factores de inmadurez, desorden e inequidad (escala 2,0-2,9) al no lograr aun alcanzar las articulaciones, alianzas y metas comunes entre todos los actores y operadores, propias de un destino consolidado y maduro (escala 3,0-3,9). Tampoco se consideran los criterios técnicos de señalización o guianza ni los factores diferenciadores de destinos maduros y en permanente proceso de rejuvenecimiento, mejoramiento o renovación (escala 4,0-5,0) como es el caso de rutas turístico-literarias asociadas con el “Ulyses” en Irlanda o “El Quijote” en España (Martínez y Pérez, 2017).

La condición de destino inmaduro, sin articulación funcional y que requiere grandes esfuerzos de respaldo e interacción interinstitucional (Guevara, 2008) entre las casas-museos y los demás destinos urbanos es reafirmada al complementarse la escala cuantitativa de valoración de la experiencia por escalas de valoración cualitativas de su operatividad. Al emplearse la escala de “valoración de la atracción turística” y la “funcionabilidad turística” (Troitiño y Troitiño, 2016), solo las dos casas-museo y la estación del tren, al inicio y al final de la ruta urbana, cumplen la condición de destinos muy interesantes y de visita obligada con una funcionabilidad principal para el desarrollo de la ruta.

5. CONCLUSIÓN

La evolución turística de Aracataca como destino turístico cultural mediado por la obra literaria garciamarquiana permitió describir el incremento en las inversión mixtas para la recuperación de los bienes patrimoniales de mayor arraigo e identidad local, así como el aseguramiento de presupuestos y responsables en el manejo de esos bienes al cederse su administración y uso público por medio del comodato a universidades y empresas privadas. Acciones sociales que en el último lustro han conllevado al fomento de nuevos emprendimientos culturales como: producción de artesanías asociadas con “Macondo”; oferta de espectáculos culturales por los artistas y estudiantes de la localidad quienes representan personajes y escenas del mundo macondiano relacionables con el mundo cataquero, así como surgieron nuevas actividades laborales estacionales asociadas con guías turísticas certificados, guías voluntarios en las casas-museos y ciclo-taxistas capacitados para pasear y orientar a los visitantes a través de la ruta turística adoptada por la gobernanza turística local.

Las entrevistas y observaciones de los investigadores como turistas literarios incognitos evidenció que a pesar de los esfuerzos por reconstruir y mejorar la apariencia de los lugares a visitar, la Ruta Aracataca como destino turístico no ha logrado evolucionar de destino inicial a destino maduro y consolidado al existir falencias colectivas como la falta de señalización turística, la carencia de atención permanente de orientadores turísticos en espacios públicos, la desarticulación entre los operadores de los destinos públicos y los privados.

Durante las observaciones y entrevistas fueron evidentes las inequidades entre los destinos urbanos al contar algunos con grandes inversiones y componentes museísticos que garantizan su masiva atracción, como es el caso de la Casa Museo, la Casa del Telegrafista o la estación del tren, mientras que otros bienes solo cumplen fines secundarios o incidentales, sin conexión con el recorrido como son las casas de

los turcos, italianos, párrocos y gobernantes locales. También existen bienes en deterioro u olvido que están mencionados en la ruta, pero no cuentan con la misma relevancia y atención que los bienes más visitados como es el caso de la escuela, la logia, el puente o el bar (casa'e tabla), directamente asociados con la vida cataquera como con los escenarios ficcionales recreados por Gabo en sus relatos.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Aviatur (2018). La ruta literaria de "Gabo" a través de la gastronomía. Aviatur. Colombia. Disponible en <https://www.aviatur.com/contenidos/ruta-literaria-gabo>
- Butler, R. W. (1980). "The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources". *The Canadian Geographer*: XXIV (1): 5-12.
- Cancillería de Colombia (2017). Con la Embajada de Colombia se inaugura la Plaza Gabriel García Márquez en Ciudad de México. Embajada de Colombia en México. Disponible en <http://mexico.embajada.gov.co/newsroom/news/2017-12-18/13493>
- Casa América Catalunya (2017). Ruta del boom latinoamericano. Casa América Catalunya. Barcelona (España). Disponible en <http://americat.barcelona/es/ruta-boom-septiembre-3>
- El Informador (2016, 26 de enero). "Plan maestro de Ruta Macondo para el Magdalena. Santa Marta": Periódico El informador. Disponible en <http://www.elinformador.com.co/index.php/el-magdalena/83-departamento/118389-plan-maestro-de-ruta-macondo-para-el-magdalena>
- Guevara, A. (2008). Sistemas de información de destinos turísticos integrados (Sidti). Universidad de Málaga. España. Disponible en <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/53592/guevaral%20jornadas.pdf?sequence=1>
- Huarcaya, M. (2003). "La investigación de campo en los estudios culturales". En WALSH, C. (ed.), *Estudios culturales latinoamericanos Retos desde y sobre la región andina*. Universidad Andina Simón Bolívar. Quito.
- Instituto Cervantes (2014). Rutas Cervantes: Gabriel García Márquez. Instituto Cervantes. España. Disponible en <http://paris.rutascervantes.es/ruta/gabo>
- Ley 1741 de 2014 (diciembre 24) por medio de la cual la Nación rinde honores a la memoria de Gabriel García Márquez – un homenaje nacional al alcance de los niños. Diario Oficial. Bogotá: Imprenta Nacional. CL, (49375): 1-2. Disponible en <http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/leyes/Documents/LEY%201741%20DEL%2024%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202014.pdf>
- Llano, F. (2018). La superación del mito de la Atenas suramericana: los cafés como espacios de la producción cultural (Bogotá 1880-1930). Tesis, Doctorado en Ciencias sociales. Universidad de Girona. España.
- Magadán Díaz, M. y Rivas García, J. (2012). *Turismo literario*. Septem Ediciones. Oviedo.
- Martínez, L. y Pérez, L. (2017). *Turismo Literario y santandereanidad*. División de Publicaciones UIS. Bucaramanga.
- Megenney, W. (1986). "Gabriel García Márquez y el Caribe afronegroide". *Thesaurus*: XLI (1-3): 211-234.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit) (2013). Nace nuevo polo turístico para Colombia, Macondo realismo mágico: Ministro Díaz-Granados. Mincit. Colombia. Disponible en http://www.mincit.gov.co/publicaciones/5988/nace_nuevo_polo_turistico_para_colombia_macondo_realismo_magico_ministro_diaz-granados
- Morére Molinero, N. y Perelló Oliver, S. (2013). *Turismo Cultural Patrimonio, Museos y Empleabilidad*. Fundación EOI. Madrid.
- Opinión Caribe (2016, 26 de abril). "Avanza plan maestro de turismo Ruta Macondo". Periódico Opinión Caribe. Santa Marta. Disponible en

- <https://opinioncaribe.com/2016/04/26/avanza-plan-maestro-turismo-ruta-macondo/>
- Pérez, L. (2017). Turismo cultural en Colombia. División de Publicaciones UIS. Bucaramanga.
- Pillet Capdepón, F. (2014). "El paisaje literario y su relación con el turismo cultural". Cuadernos de Turismo: 1(33): 297-309
- Proyecto Ley 190 de 2014 por medio de la cual la Nación rinde honores a la memoria del nobel colombiano Gabriel García Márquez. Senado de la República. Colombia. Disponible en <http://leyes.senado.gov.co/proyectos%20/images/documentos/Textos%20Radicados/proyectos%20de%20ley/2013%20-%202014/PL%20190-14%20S%20GABO.pdf>
- Quiceno, L. (2016). Las rutas del turismo literario en Colombia. Radio Nacional. Colombia. Disponible en <https://www.radionacional.co/noticia/cultura/las-rutas-del-turismo-literario-colombia>
- Red de Pueblos Patrimonio de Colombia (2018). Ciénaga (Magdalena). Fontur. Colombia. Disponible en [https://www.pueblospatrimoniodecolombia.travel/red-de-pueblos/cienaga-\(magdalena\)/101](https://www.pueblospatrimoniodecolombia.travel/red-de-pueblos/cienaga-(magdalena)/101)
- Robinson, M. y Andersen, C. (2002). Literature & Tourism. TJ International. United Kingdom.
- Rodríguez, M. (2014). Informe diagnóstico Ruta de Macondo Capítulo Magdalena. Fontur. Colombia.
- Solé, G. (2015). Aracataca -Macondo, turismo entre lo real y lo ficcional. Caso: ciudad de Aracataca, Colombia. Trabajo de grado, Licenciatura en turismo. Universidad de la Plata. Argentina. Disponible en <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/60501>
- Troitiño, M. y Troitiño, L. (2016). "Patrimonio y turismo: reflexión teórico-conceptual y una propuesta metodológica integradora aplicada al municipio de Carmona (Sevilla, España)". SRIPTA Nova Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales: XX (543): 1-45
- Watson, N. (ed.) (2009). Literary tourism and nineteenth-century culture. Palgrave Macmillan. United Kingdom.

Anexo 1

Ruta Macondo-Magdalena, Colombia

1.

La casa de los abuelos, el lugar donde nació y vivió García Márquez hasta los 9 años.



2.

Santa Marta
Donde murió el General en su laberinto.



3.

Sitio Nuevo

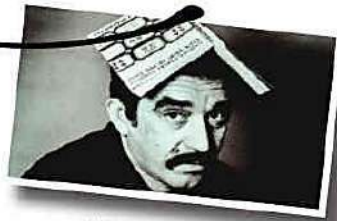
Forman parte del recorrido que debía hacer García Márquez de niño cuando se desplazaba desde Aracataca hasta Barranquilla. Está



4.

Zona Bananera

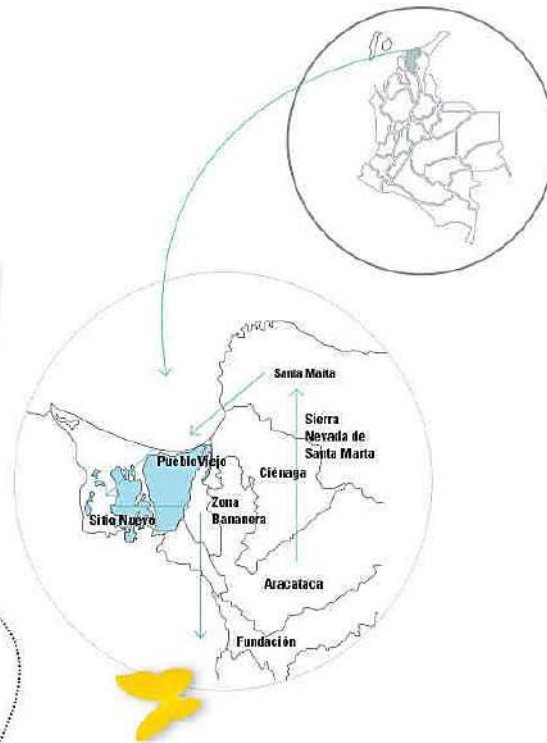
Un municipio que se desprendió de Ciénaga. Fue el lugar donde ocurrió la masacre de las bananeras, relatada en Cien años de soledad.



5.

El Retén y Fundación

Formaron parte de Aracataca.



TURISMO, PAISAJE Y GOBERNANZA. UN NUEVO MODELO TERRITORIAL EN LA COMARCA DE EL PRIORAT (CATALUÑA)

Dr. Sergi Saladié Gil¹

Mtr. Alba Font Barnet²

Resumen

La investigación analiza el papel del sector turístico en la definición de un nuevo modelo territorial que se está gestando en la comarca del Priorat a lo largo de los últimos veinte años. Las bases de éste nuevo modelo tiene como eje discursivo la revalorización social del paisaje, al que se le considera elemento central y base para un nuevo enfoque de desarrollo territorial. Por una parte, el proceso de revalorización del paisaje en el Priorat está relacionado con la revitalización del sector vitivinícola, que lo sitúa como un elemento central en su propuesta de recuperación del sector. Por otra parte, el paisaje emerge como eje reivindicativo en el conflicto abierto ante la proliferación de múltiples propuestas para la instalación de grandes centrales eólicas en la comarca. Ambas cuestiones han convergido en la propuesta de un nuevo modelo territorial para la comarca en torno a la candidatura para ser reconocida como patrimonio mundial por su paisaje cultural agrícola de montaña mediterránea. El objetivo de ésta investigación es el de analizar, comprender y explicar cuál ha sido el papel del sector turístico en todo éste proceso.

Palabras clave: Turismo; Paisaje; Gobernanza; Priorat; Cataluña

¹Departament de Geografia, Grup d'Investigació en Anàlisi Territorial i Estudis Turístics (GRATET), Universitat Rovira i Virgili, Catalunya (España). sergi.saladie@urv.cat

²Departament de Geografia, Red COODTUR, Universitat Rovira i Virgili, Catalunya (España). alba.font@urv.cat

Abstract

The research analyzes the role of the tourism sector in the definition of a territorial model that is managing in the Priorat region since twenty years. The bases of this new territorial model have the social revalorization of the landscape as a new discursive axis, that it is considered a central and basis factor for a new approach of territorial development.

On the one hand, the process of landscape revalorization in the Priorat is related to the revitalization of the wine sector, which places it as a central element in its proposal to recover the sector. On the other hand, the landscape emerges as a claiming axis in the open conflict about the spread of multiple projects for the installation of large wind power plants in this region. Both issues have converged in the proposal of a new territorial model for the region based on the candidature to be recognized as a World Heritage for its agricultural landscape of Mediterranean mountain. To analyze, understand and explain what has been the role of the tourism sector in all this process is the main objective of this research.

Keywords: Tourism; Landscape; Governance; Priorat; Catalonia

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de los últimos veinte años en la comarca de El Priorat (Cataluña, España) se ha gestado un nuevo modelo territorial. Las bases de éste modelo tienen como eje discursivo la revalorización social del paisaje, al que se le considera elemento central y base para un nuevo enfoque de desarrollo territorial. Como señala Anton (2010) éste modelo responde al necesario respeto por el paisaje para entender la historia del lugar, y también para desarrollar actividades por parte de la población del territorio conservando valores ecológicos, productivos y sociales.

Por una parte, el proceso de valorización del paisaje en el Priorat está relacionado con la revitalización del sector vitivinícola desde finales del siglo pasado, que lo sitúa como un elemento central en su propuesta de recuperación del sector. Por otra parte, el paisaje emerge como eje reivindicativo en el conflicto territorial abierto ante la proliferación a principios del presente siglo de múltiples propuestas para la instalación de grandes centrales eólicas en la comarca. Ambas cuestiones han convergido en la propuesta de un nuevo modelo territorial para la comarca en torno a la candidatura para ser reconocida como patrimonio mundial por su paisaje cultural agrícola de montaña mediterránea. Previamente, y en paralelo, a la constitución de la asociación promotora de la candidatura en la comarca ha existido un movimiento social en defensa del territorio que, agrupado en torno a la Plataforma para la defensa del patrimonio natural del Priorat, ha articulado las principales demandas y propuesta en materia de definición de un nuevo modelo territorial para la comarca. El sector turístico ha tenido una implicación activa tanto en la asociación promotora como en el movimiento social en defensa del territorio, en la línea de lo que señala Gill (2008) que las distintas partes de las comunidades participan y se comprometen en el establecimiento de valores y prioridades.

1.1. Área de estudio

El Priorat es una comarca con una superficie de 498,6 km² (1,7% del territorio catalán), y está formada por 23 municipios que a finales de 2018 sumaban 9.296 habitantes (0,1% de la población de Cataluña), con un ligero incremento demográfico de 92 personas (1,83%) entre el año 2000 (9.129 habitantes) y el 2018 (IDESCAT, 2018). El PIB (Producto Interior Bruto) per cápita de la comarca siempre ha estado por debajo de la media catalana y de los más bajos de todas las comarcas, aunque entre el año 2001 (11.100 €/cápita) y 2016 (18.600 €/cápita) se incrementó en un 67,57% sobre todo debido a las inversiones realizadas en el sector vitivinícola (nuevas bodegas, recuperación de campos de cultivo, incremento de empresas de servicios al sector del vino,...). En el año 2002 era, junto a la Terra Alta, la segunda comarca con el porcentaje más alto de población pobre de Cataluña (Caixa Catalunya, 2002), con un 15'4% de su población, y durante la década 2000 a 2010 estaba situada entre las tres comarcas menos competitivas de Cataluña (ADEG, 2008). En relación a la Renta Familiar Bruta Disponible (RFBD) per cápita, que creció un 19,83% entre 2001 (12.100 €/cápita) y 2016 (14.500 €/cápita), siempre se ha mantenido ligeramente por debajo de la media catalana (12.200 €/cápita en 2001, y 17.000 €/cápita en 2016) (IDESCAT, 2018).

El papel de la agricultura, principalmente viñedos y olivos, pero también almendros y avellanos, siempre ha sido muy importante en la comarca del Priorat aunque los últimos años ha ido perdiendo protagonismo. Así, del 22% de la población ocupada en el sector agrario en 2001 se ha pasado al 16,2% en el año 2018, aunque manteniéndose muy por encima del conjunto de Cataluña (2,5% en 2001 y 0,97% en 2018) (IDESCAT, 2018). Sin embargo, el Priorat continúa siendo una de las comarcas catalanas con un mayor peso del sector agrario: en 2016 era la quinta comarca con mayor aportación del sector agrario (8,7%) al PIB comarcal (BBVA, 2018).

En relación al sector turístico se ha experimentado un crecimiento de la oferta en los últimos quince años, pasando de los 57 establecimientos de alojamiento en 2003 a los 70 en 2018, y de las 1.364 plazas de alojamiento en 2003 a las 1.662 en 2018 (IDESCAT, 2018). Estos datos reflejan un incremento del 22,81% en el número de establecimientos y del 21,85% en las plazas turísticas. Cabe destacar la existencia de la Associació Priorat Enoturisme que agrupa 21 alojamientos, 22 bodegas, 3 vinaterías, 5 molinos de aceite y 12 restaurantes (Associació Priorat Enoturisme, 2019). (Figura 1)

Figura 1. Mapa del Priorat (Cataluña)



Fuente: Turisme Priorat (www.turismepriorat.org)

2. Objetivo

El objetivo de la investigación se centra en analizar cuál ha sido el papel del sector turístico en el proceso de definición de un nuevo modelo territorial en la comarca del Priorat.

3. Metodología

La investigación se desarrolla a partir de la búsqueda y sistematización de la información generada en torno a la definición de un nuevo modelo territorial en la comarca del Priorat, especialmente por parte de los agentes turísticos de la comarca sobretodo en relación a la reivindicación y revalorización del paisaje.

Las fuentes de información utilizadas principalmente son el Anuari Territorial de Catalunya (SCOT, 2015), donde este debate ha sido analizado a lo largo de los años, la documentación generada por los agentes turísticos, ya sea de manera propia o des de dentro del movimiento social en defensa del territorio del Priorat del que ha formado parte, y la observación participante, al asistir a numerosos actos (charlas, manifestaciones, presentaciones, etc.) organizadas por este movimiento social.

4. Resultados y conclusiones

Los datos socioeconómicos históricamente han situado al Priorat entre las comarcas más desfavorecidas y menos dinámicas de Cataluña. Pero desde finales del siglo pasado la comarca inició un período de recuperación social y económica, debido a la revitalización del sector vitivinícola, que pasó de la producción de graneles a la elaboración de vinos embotellados de crianza. Los pioneros de la recuperación vitivinícola, y los que han venido después, además de introducir un cambio cualitativo en la elaboración del vino, incorporaban también el paisaje como elemento diferenciador y como valor añadido a sus productos. Estos pioneros decían, y dicen, que "dentro de cada botella de vino hay un trozo del paisaje del Priorat",y este ha sido uno de los elementos de reclamo para el turismo en el Priorat (Figura 2)

La valorización del paisaje por parte del sector vitivinícola queda reflejada también en la aprobación por parte de la *Denominació d'Origen Qualificada (DOQ) Priorat* en 2007 del *Reglamento de movimientos de tierras, abancalamientos y otras actuaciones en el territorio de la DOQ Priorat, para la preservación del paisaje*(Saladié, 2011d).Este reglamento establece unas medidas de obligado cumplimiento para la integración paisajística de la actividad agrícola en el área de influencia de la denominación de origen vitivinícola. Por otra parte, el sector vitivinícola se implicó des de sus inicios con la Plataforma per a la defensa del patrimoni natural del Priorat, participando en todas sus reivindicaciones y propuestas. En 2013 surgió en la comarca la *Associació Priorat Enoturisme* que agrupa 21 alojamientos, 22 bodegas, 3 vinaterías, 5 molinos de aceite y 12 restaurantes de la comarca, y que engloba territorios de las dos denominaciones de origen vitivinícolas (DOQ Priorat y DO Montsant) y de la denominación de origen oleícola

(DO Siurana) La asociación forma parte de Prioritat (la asociación que propone reconocer a la comarca del Priorat como Patrimonio de la Humanidad por su paisaje). Además, la asociación también está integrada en el grupo de trabajo Carta Europea de Turismo Sostenible del Priorat (Associació Priorat Enoturisme, 2019).

Figura 2. Cartel publicitario del área de turismo del Consejo Comarcal del Priorat en una estación de ferrocarril de Barcelona (Cataluña)

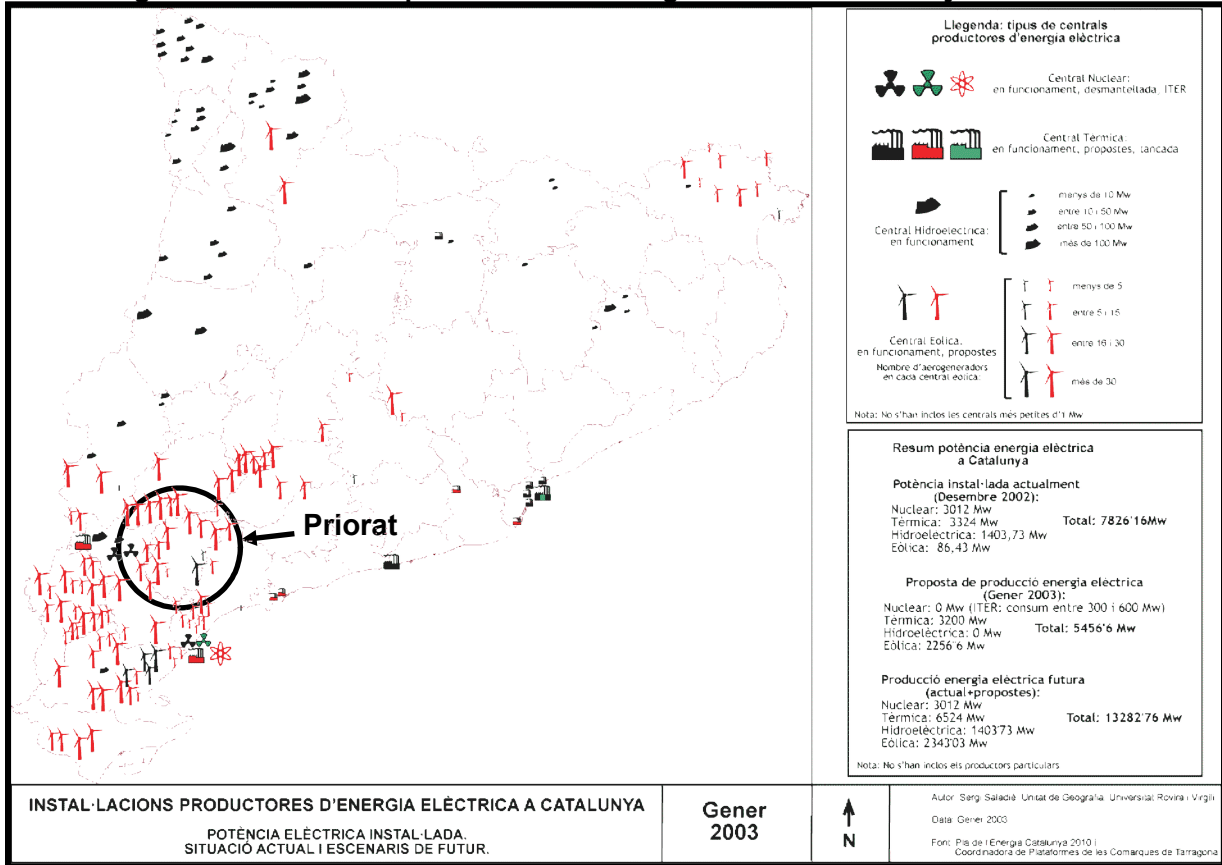


Fuente: autor desconocido.

En torno a las bases del nuevo modelo territorial planteado en el Priorat, que tienen como eje discursivo la revalorización social del paisaje, además de relacionarse con el sector vitivinícola también se relaciona con la reivindicación del paisaje en el conflicto territorial abierto ante la proliferación, a principios del presente siglo, de múltiples propuestas para la instalación de grandes centrales eólicas en la comarca (Saladié, 2018). (Figura 3)

En este sentido, desde el movimiento social en defensa del territorio del Priorat, se han ido promoviendo diversas iniciativas para reivindicar el paisaje frente a la amenaza de transformación que implicaría la ubicación de grandes centrales eólicas en la comarca. A principios de siglo en el Priorat había un total de 16 propuestas de construcción de centrales eólicas, que representarían 392,7MW de potencia eléctrica instalada y unos 300 aerogeneradores. Ya en el año 2001 desde este movimiento social se planteó el *Acuerdo comarcal para el desarrollo de la energía eólica en el Priorat*, que fue firmado por la totalidad de los grupos políticos representados en el Consejo Comarcal, seis ayuntamientos, las Denominaciones de Origen DOQ Priorat y DO Montsant, la Asociación de Casas Rurales del Priorat, la Plataforma para la Defensa del Patrimonio Natural del Priorat, y otras entidades cívicas de la comarca (SCOT, 2015).

Figura 3. Instalaciones productoras de energía eléctrica a Catalunya. Enero 2003.



Fuente: Elaboración propia a partir de Red Eléctrica de España, Departament de Medi Ambient i Habitatge de la Generalitat de Catalunya, y Eoliccat.

A principios de 2004, des del moviment social comarcal se impulsó la Carta de Paisaje del Priorat, cuyo inicio de los trabajos de elaboración se formalizó tras una reunión de la mesa sectorial del vino por parte del Consell Comarcal del Priorat y los consejos reguladores de las dos denominaciones de origen vinícolas de la comarca. La Carta de Paisaje del Priorat se culminó en 2012 y ha sido ratificada por un total 118 entidades de todo tipo, des de ayuntamientos a asociaciones culturales pasando por denominaciones de origen. El sector turístico está adherido al documento tanto por parte de empresas a nivel particular como por la Asociación de Pequeños Hoteles y Casas Rurales del Priorat o la Agrupación para la restauración i el turismo rural. (Consell Comarcal del Priorat, 2012).

En el año 2007 se constituyó la Associació Prioritat a partir de la iniciativa de las entidades de la comarca del Priorat para impulsar la candidatura de la comarca a ser declarada paisaje cultural patrimonio de la humanidad por la UNESCO, en reconocimiento a los diversos tipos de paisajes rurales de la montaña media mediterránea existentes en la comarca. La asociación ha estado impulsando y coordinando los trabajos necesarios para presentar la candidatura a los organismos catalanes, españoles y mundiales. La Associació Prioritat está formada por diversas entidades socioeconómicas del Priorat (sector vitivinícola y oleícola, sector turístico, sociedad civil,...) y los ayuntamientos de Marçà, Pradell de la Teixeta, y Gratallops, así como por el Consell Comarcal del Priorat, y

funciona a partir de convenios de colaboración multinivel, que se renuevan anualmente, entre la propia asociación y los ayuntamientos y el Consell Comarcal del Priorat (Prioritat, 2019).

De todo el proceso de revalorización social del paisaje en el Priorat, plasmado en la diversas propuestas expuestas, y de la implicación del sector turístico se pueden extraer dos conclusiones principales. En relación al propio sector turístico se observa que ha experimentado un crecimiento de la oferta en los últimos quince años, pasando de los 57 establecimientos de alojamiento en 2003 a los 70 en 2018, y de las 1.364 plazas de alojamiento en 2003 a las 1.662 en 2018 (IDESCAT, 2018). Estos datos reflejan un incremento del 22,81% en el número de establecimientos y del 21.85% en la plazas turísticas. Además se ha creado la Associació Priorat Enoturisme que agrupa 21 alojamientos, 22 bodegas, 3 vinaterías, 5 molinos de aceite y 12 restaurantes de la comarca. Des de este punto de vista se puede concluir que el sector turístico está consolidado y con tendencia al alza.

Otra conclusión es que tanto el sector turístico como otros sectores, como el vitivinícola, que basan su desarrollo en el paisaje, se encuentran en una situación de vulnerabilidad por el hecho que el conjunto de propuestas de valorización social del paisaje no han tenido una traslación a los instrumentos normativos de ordenación del territorio. Esta situación provoca que los consensos conseguidos a nivel comarcal no están recogidos por la planificación territorial que elabora la Generalitat de Catalunya, cuestión que permite que aun hoy en día se planteen proyectos de transformación territorial en la comarca que han sido excluidos de dichos consensos. En definitiva, el paisaje, como principal elemento para la definición del nuevo modelo territorial del Priorat, está en continuo conflicto debido a que los principales acuerdos comarcales no han estado trasladados a la normativa territorial y urbanística.

5. Bibliografía

ADEG (2008). Índex ADEG 2008 de competitivitat territorial, Vilanova i la Geltrú, Associació d'Empresaris de l'Alt Penedès, el Baix Penedès i el Garraf (ADEG).

Anton, S. (2010). Identitat i turisme. Entre la imatge i la percepció. Paradigmes, 5, 157-165.

Associació Priorat Enoturisme. (2019). Serveis de Priorat Enoturisme. 20 junio 2019, de Associació Priorat Enoturisme Sitio web: <http://www.prioratenoturisme.com/serveis/>

Associació Prioritat. (2019). Associació Prioritat. 19 junio 2019, de Associació Prioritat Sitio web: prioritat.org

BBVA (2018). Anuari econòmic comarcal BBVA 2018. Barcelona: BBVA.

Caixa Catalunya (2002). La pobresa a Catalunya. Barcelona: Caixa Catalunya.

Consell Comarcal del Priorat. (2012). Carta de paisatge del Priorat. 20 junio 2019, de Consell Comarcal del Priorat Sitio web: <http://priorat.cat/pagina/carta-del-paisatge-del-priorat>

Gill, A. (2008). Tourism Communities and Growth Management. En LEW, A.A, HALL, C. M & WILLIAMS, A.M (Eds). A companion to Tourism (569–583). Hoboken: Blackwell Publishing.

IDESCAT. (2018). Xifres comarcals. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Institut d'Estadística de Catalunya.

Saladié, S. (2011). Iniciativas de gestión y ordenación para la sostenibilidad del paisaje en la comarca del Priorat (Cataluña). *Colloque International Paysages de La Vie Quotidienne. Regards Croisés Entre La Recherche et L'action*. Perpinyà-Girona: Colloque international Paysages de la vie quotidienne. Regards croisés entre la recherche et l'action.

Saladié, S. (2018). Conflicte entre el paisatge i l'energia eólica. Lleida: Pagès editors.

SCOT. (2015). Anuari Territorial de Catalunya. Barcelona: Societat Catalana d'Ordenació del Territori (2003-2015).

DESARROLLO DEL TURISMO INDUSTRIAL EN LA LOCALIDAD DE COYA: ESCUELA DE ORFEBRES DEL COBRE. COMUNA DE MACHALÍ, REGIÓN DE O'HIGGINS, CHILE

Ma. Gabriela Ortiz Valenzuela¹

Resumen

El presente artículo trata sobre una propuesta de diseño basada en una visita turística a la Escuela de Orfebres de Coya, en la comuna de Machalí, Región de O'Higgins, como parte del Proyecto FIC 'Ruta del Cobre', de la Universidad San Sebastián. Se desea explorar el trabajo orfebre con el cobre, evaluando sus oportunidades y retos dentro de la incipiente industria artesanal instalada en esta región, para el desarrollo de actividades del turismo industrial, esto es, ofrecer al turista una experiencia de principio a fin, sobre al proceso de elaboración de un producto artesanal hecho en cobre.

Este tipo de turismo, conocido como turismo industrial posee gran valor cultural, histórico y patrimonial, ya que permite visualizar la realidad socio-cultural existente en esta zona, expresado a través de su arte. La información se obtuvo mediante entrevistas a algunos de los artesanos de la Escuela, su Maestro, y también otros miembros de la localidad que revelan la importancia de esta actividad para su gente. Dentro de los resultados, se puede observar que los productos generados por este tipo de turismo, son percibidos como beneficiosos, ya que ofrecen un camino alternativo a la economía tradicional, y permite posicionar esta localidad en una ruta turística mayor. La Escuela se ubica en una zona típica cuyo valor patrimonial es fundamental por tratarse de un campamento americano de comienzos y mediados del siglo XX (desde 1905 a 1967) liderado por la compañía norteamericana Branden Copper. Se entrelazan así, la historia de los mineros del cobre chileno y su trabajo manual de extracción del cobre en la minera Sewell, con el relato de los artesanos de hoy, quienes trabajan el metal para crear diferentes objetos y accesorios, ofreciendo al visitante una experiencia única sobre el turismo industrial en torno al cobre.

Palabras clave: Turismo industrial, comunidad local, oportunidades y retos, Ruta del Cobre, ruta turística.

Abstract

This article is about a tourism visit to the School of Coppersmiths in Coya, located in Machalí, in the O'Higgins Region, as part of the '*Ruta del Cobre*' Project (Copper Route) of San Sebastian University. We wish to explore the work of smiths and the use of copper, evaluating the possibilities and the challenges that are found in the early stages of a craft industry slowly advancing in this region, supporting the development of an industrial tourism, which consists on offering tourists an experience, from beginning to end, regarding the elaboration of an artisan product made of copper.

¹ Facultad de Economía y Negocios- Escuela de Ingeniería en Gestión de Expediciones y Ecoturismo. Área de Docencia e Investigación. Universidad San Sebastián, Sede Santiago, Chile. Correo: gabriela.ortiz@uss.cl

This type of tourism is known as industrial tourism, and contemplates an important cultural, historical and patrimonial value since it allows to visualize the social and cultural reality of the community, expressed through its craft. The information was gathered from interviews done to some of the craftsmen and artisans of the School, to its Professor, and other members of Coya that reveal the significance of this activity for its people. Among the results obtained we may observe that the products generated by this type of tourism, are perceived as beneficial since they offer an alternate path to the traditional economy, and position this town in a larger touristic route. The School is located in a typical zone due to its patrimonial and heritage importance which is fundamental considering it is based on an American mining campsite of the early and mid-20th century (from 1905 until 1967), controlled by the Branden Copper Company. Two stories are therefore intertwined: the story of the mining workers of Sewell and their extraction of copper, and the story of the coppersmiths and artisans that produce handmade crafts, creating many different objects and accessories, allowing the visitor to have a unique industrial tourism experience.

Keywords: Industrial tourism, local community, opportunities and challenges, Copper Route, Touristic Route.

1. INTRODUCCIÓN

El presente artículo busca poner en valor el turismo a partir de una experiencia vivida en un entorno rural y artesanal, un turismo que se ha desarrollado en los últimos años orientado a la generación de un contacto entre la cultura y la naturaleza. A partir de esto, se busca generar conciencia hacia el valor del patrimonio cultural e histórico de la actividad industrial de la cual trata; en este caso, de los orfebres que trabajan el cobre históricamente explotado en la zona (campamento minero de Sewell, de la Branden Copper Company, entre 1905 y 1967), para elaborar sus productos típicos, en la localidad de Coya. Existe hoy un perfil de turista que se interesa por vivir la experiencia del proceso de trabajo artesanal, situado en un espacio declarado zona turística, y acompañado por un relato histórico sobre la minería del Cobre. Según la UNESCO, “(...) *el turismo está creciendo significativamente por todo el mundo. El turismo ya no se reduce a la experiencia contemplativa. Ahora el turista se siente atraído por las peculiaridades de un lugar, por la singularidad de las experiencias que ofrece, por la posibilidad de participar activamente en la cultura, tradiciones y modo de vida de los residentes.*”²

La región de O’Higgins en sí misma, formó parte del *Plan de Acción Regional de Turismo 2014-2018* de Sernatur el cual buscó, entre otras cosas, enfrentar el desafío de superar las brechas del turismo regional. Fomentó una serie de proyectos turísticos y también de inversiones de instituciones públicas en las áreas priorizadas entre las cuales se encuentra la Comuna de Machalí, destacando, como uno de los atractivos de mayor relevancia en el contexto nacional e internacional, el Campamento Minero de Sewell (M.N. y Patrimonio de la Humanidad)³. Es precisamente en esta comuna, donde hallamos la

2 *Entorno Turístico. Hablemos de Turismo*. Revista Digital. Ver en:

<https://www.entornoturistico.com/turismo-industrial-creativo-nuevas-oportunidades-turisticas/>

3 SERNATUR. *Plan de Acción Región del Libertador General Bernardo O’Higgins*. Sector Turismo 2014-2018. Servicio Nacional de Turismo Chile. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Página 3.

localidad de Coya y el Campamento Americano, que en su época, albergaban las casas de los miembros de la Gerencia de la Compañía norteamericana Braden Copper.

Para los efectos específicos de esta propuesta, hablamos de un tipo de turismo inserto en lo que se conoce hoy como el 'turismo industrial', uno que implica que los visitantes vivan una experiencia 'in-situ', relacionada a productos y proceso productivos. Según las palabras del escritor Van den Berg, "(...) *existen visitas industriales organizadas desde hace más de cien años a fábricas de chocolate en Francia, de quesos en Holanda o, por ejemplo, la visita a la destilería de Jack Daniels en Tennessee en EE.UU. que data de 1866. El interés del turista por este tipo de actividad es debido a su atracción por la cultura, por aprender, por conocer el patrimonio económico de una zona, por su fascinación por las actividades tradicionales que en algunas ciudades o puntos masificados están totalmente perdidas y olvidadas.*"⁴

1.1 Breve contexto histórico de Coya

Coya, declarada zona típica en la Comuna de Macahí, se ubica en la pre-cordillera de la Cordillera de los Andes, en la confluencia de los ríos Cachapoal y Coya. Su historia se remonta al año 1546, cuando esta zona fue designada como merced de tierra a Catalina de los Ríos y Lisperguer, conocida popularmente como 'La Quintrala'⁵, aristócrata y terrateniente chilena. En 1628, ella dona gran parte de estas tierras a la Compañía de Jesús, tomando así el nombre de Hacienda de La Compañía. En el año 1767, fue comprado por don Mateo de Toro y Zambrano, subdividiéndose en varios fundos. Uno de estos, llamado *Fundo Los Perales*, fue heredado por don Benjamín Errázuriz, terrenos que hoy conforman la localidad de Coya.

Otro de los fundos perteneció a don Rafael Correa Toro, el cual contenía la Mina 'El Teniente', vendida en el año 1905 a la Compañía minera norteamericana, Braden Copper⁶. Recorriendo los caminos y repasando los relatos de lo que fue la creación y desarrollo del campamento minero, podemos reflexionar en torno al significado que este lugar tiene para la historia nacional de principios del siglo XX. El Campamento Sewell fue nombrado así en honor a Barton Sewell, quien junto a William Braden fundaron el 08 de octubre de 1904, la "Braden Copper Company" en la Provincia de Cachapoal, comuna de Machalí. La presencia del mineral del cobre en la mina de 'El Teniente' hace que surja la necesidad de erigir instalaciones industriales de servicio a la producción albergando un grupo humano numeroso que se desempeñaría en estas faenas. Es así como se crea el campamento Sewell, un espacio que simboliza un patrimonio histórico-cultural muy potente.

4 Ver en: <http://www.inturmancha.es/turismo-industrial/>

5 Cuenta la leyenda que fue una mujer abusadora y déspota con sus sirvientes, convirtiéndose así en epítome de la mujer perversa.

6 **EcuRed**, Enciclopedia Digital. Ver en: <https://www.ecured.cu/Coya#Historia>. Consultado en marzo de 2019.

2. OBJETIVOS:

El principal objetivo de esta propuesta es la de rescatar el proceso industrial que sigue el artesano del cobre presente en la Escuela de Orfebres de Coya, inserto en el contexto del turismo rural y local, ofreciendo una visita a esta escuela en la cual se exhibe el proceso por etapas. Como objetivo secundario, se promueve esta visita ligada a la historia del espacio en el cual se sitúa ésta. La Escuela se ubica hoy en lo que fue el casino del 'Campamento Americano' del Branden Copper Company. Hacia la década del '70, este campamento pasó a manos de Codelco, y fue en el año 2001 que se le encomendó al maestro orfebre Raul Célerly, la fundación de la Escuela de Orfebres, sucedida luego por su hijo, Denise Célerly, en el año 2003.

La Escuela se crea a raíz de un proyecto colaborativo entre Codelco y otras entidades, las cuales buscaron generar un espacio de actividad cultural que beneficiara a los habitantes de toda la región, pudiendo elaborar sus productos artesanales con el cobre. Hoy, es un taller que funciona todo el año, ofreciendo clases dos veces por semana, los días martes y jueves, entre las 9 de la mañana y las 5 de la tarde.⁷ De acuerdo a las palabras del maestro de la Escuela, las razones de la creación de este espacio se resumen en el poder beneficiar a la gente de la zona, promover los emprendimientos, las opciones de ingresos, y por supuesto, apoyar el arte del trabajo manual con el cobre, desde una mirada más tradicional y artesanal, no tanto comercial. La filosofía de la Escuela es la de trabajar el metal desde lo artístico en cuanto a su proceso y tipo de productos; la creación de objetos con las manos, algo muy propio de la historia de Coya tomando en consideración a los antepasados de este lugar, los mineros del cobre de Sewell. Destacamos una descripción de este arte, exhibido en un pergamino colocado en uno de los muros del lugar: *“La artesanía es un patrimonio nacional. Debe protegerse y estimularse. El verdadero artesano es la expresión cultural de un pueblo capaz de crear y dar vida a las formas por lo tanto nace y no se hace. Uno de los últimos reductos de la individualidad... el crear, hacer y cómo hacerlo, quedan resueltos en el proceso (...).”*⁸

El tono que promueve esta Escuela por tanto, es la de proteger y cuidar el patrimonio que hay detrás del trabajo artesanal, un trabajo que es manual y artístico. La máquina ha reemplazado la importancia de lo hecho individualmente a mano. De a poco, la artesanía ha ido muriendo y ya no quedan artesanos que hereden el arte de sus antepasados, o son muy pocos quienes siguen este camino, bajo el pretexto del desarrollo económico más eficiente. El propósito, por tanto, de esta Escuela, entre otros fines, es poder rescatar este arte local, contando con los recursos necesarios y el apoyo de la comunidad, para crecer y mantenerse en el tiempo. En consecuencia, el Proyecto FIC '*Smart Turismo en la Ruta del Cobre*'⁹, liderado por la Universidad San Sebastián y la Carrera de Ingeniería en

7 Entrevista a Denise Célerly, Maestro orfebre de la Escuela de Orfebres de Coya, efectuada el jueves 02 de mayo de 2019.

8 Pergamino exhibido en uno de los muros de la Escuela de Orfebres de Coya. Ver en página 9 de este artículo, en la sección de 'Registro Gráfico'.

9 'Ruta del Cobre' es el nombre del Proyecto FIC cuyo objetivo principal es el de diversificar la experiencia turística en el Destino Alto Cachapoal a través de la puesta en valor de la Ruta del Cobre#Smart, basada en la especialización inteligente del territorio, que agrupe los atractivos y la oferta de servicios turísticos, apoyando

Gestión de Expediciones y Ecoturismo, Sede Santiago, tiene como uno de sus propósitos, rescatar el proceso industrial que promueve este lugar en cuanto a su actividad y ubicación, debiendo considerarse como parte de las 'paradas' obligatorias del circuito que integra la ruta turística.

3. METODOLOGÍA

Los académicos que han abordado el desarrollo y la importancia del turismo industrial y creativo, señalan que: *"(...) desde el propio sector debemos emocionar. El turismo es emoción y si no hay emoción, no hay turista. Ser capaces de elaborar una buena historia es lo que convierte nuestra actividad de trabajo, empresa, industria o territorio en un buen producto de turismo industrial, de turismo creativo o de marketing territorial."*¹⁰ Es por ello que nuestra propuesta plantea que para poder llevar a cabo esta visita a la Escuela, se debe atraer a los turistas primero desde un relato histórico-cultural inicial, ofreciéndole un recorrido al Campamento Americano de Coya, en el cual se va explicando al visitante lo que cada edificación representa. Una vez hecho este recorrido de no más de 20 minutos, se finaliza en la Escuela de Orfebres, para conocer sobre el origen y la tradición antepasada en torno al trabajo manual con el cobre. Los turistas podrán apreciar de cerca la labor del artesano mediante demostraciones 'simuladas' de las principales etapas del proceso, desde su fase inicial de elaboración de la 'idea' o proyecto, hasta su ejecución final. Por último, el turista podrá adquirir una muestra (objeto, accesorio o joya) elaborada allí, por un valor exclusivo previamente definido por sus artesanos.

A modo de referencia para la creación de esta experiencia (esto es, vivir el proceso y la producción artística) se cita el '*paso a paso*' que se exhibe en la Escuela, la cual resume la enseñanza y método que se implementa con los alumnos. Se comienza con una fase de dibujo y cálculos, diseños en papel, para luego seguir con la etapa de trabajos y maquetas hechas con cartón. En la práctica, estas primeras fases toman meses de trabajo, prolongando en el estudiante el deseo de poder trabajar con el metal. Poco a poco se va introduciendo el cobre en las tareas de la clase hacia las etapas finales del curso. Los pasos del proceso de trabajo del orfebre, definido por su maestro, son los siguientes:

"Pasos para realizar una pieza de artesanía:

- 1. Proyecto: estudiar factibilidad y realizar dibujos con medidas aproximadas.*
- 2. Hacer plantillas: todas las necesarias en cartón forrado, y control de tiempo.*
- 3. Cortar materiales: cobre, latón, alambre, etc. y control de tiempo.*
- 4. Ejecución: ¿correcciones posibles? Y control de tiempo.*
- 5. Registro en ficha de trabajo: todo lo envuelto; materiales; CU y otros; soldaduras; remaches; horario de diferentes personas.*
- 6. Registro- Ficha de promedios: código, dibujo definitivo, medidas aprobadas, todos los materiales, todos los horarios, gasto general, utilidad, impuestos, valor venta (2 alternativas), número de plantillas con medidas definitivas.*

al posicionamiento del Destino emergente Alto Cachapoal.

10 Op Cit. **Entorno Turístico. Hablemos de Turismo**. Revista Digital. Ver en:

<https://www.entornoturistico.com/turismo-industrial-creativo-nuevas-opportunidades-turisticas/>

7. *Tarjeta de ejecución: dibujo con sus medidas, materiales, detalles de construcción, diferentes partes.*¹¹

Entre los productos que se fomentan crear, está el uso del cobre nacional para la elaboración de objetos domésticos y de joyas hechas por los artesanos de la Escuela. Se desea levantar una pequeña planta de producción local, y así tener una denominación de origen con el uso del metal chileno. Al conversar con los estudiantes de la Escuela, se pudo constatar que varios vienen de diferentes puntos de la Región de O'Higgins (Rancagua y Machalí) con experiencia previa trabajando el cobre, teniendo así un nivel de conocimiento superior. Cristina Reynoso, una de las destacadas estudiantes de esta Escuela, y miembro de la agrupación '*Tierra que Encanta*', confecciona sus productos de cobre (joyería) para exhibiciones y también para el comercio. Ella nos cuenta sobre la integración del cobre entre los habitantes de la región señalando que ha significado una alternativa más de ingreso que permite destacar el trabajo del orfebre desde lo artístico, desde la pasión y desde el sentimiento de pertenencia de su gente.

4. RESULTADOS

Al ser acogidos por los integrantes de esta Escuela, pudimos observar y constatar el valor artístico e histórico que hay en torno al trabajo del artesano del cobre, y lo que esto significa para el turismo industrial de la zona, al potenciar el producto. Detrás de esta labor, hay historias de más de cien años, de familias que trabajaron el metal bajo otra modalidad, esto es, desde la faena minera, y vivieron en un campamento destacado por una infraestructura de alto nivel para la época, con un bienestar social y laboral sin parangón. Sewell representa un hito histórico y patrimonial clave en el turismo de la Comuna de Machalí, cuyo corazón creemos está en Coya y su Campamento Americano. Desde ahí, nacen las historias familiares llenas de nostalgia, de dolor y alegrías, que inspiran hoy el relato histórico y cultural en el cual se inserta esta Escuela. Es por ello que la propuesta de visita a la escuela, traducida en experimentar de cerca el proceso de elaboración de un objeto de cobre desde el principio hasta el final, se enmarca en un contexto de humanismo y apreciación hacia el trabajo del artesano, un oficio que está siendo cada vez más escaso en el mundo.

5. CONCLUSIONES

La localidad de Coya es un espacio rural abundante en historia, patrimonio, cultura y nostalgia, que no es valorado como debería serlo, por diversas razones que no pretendemos abordar en este artículo, dado que no es parte de nuestros objetivos. Lo que esta propuesta busca, es poner en valor este lugar a partir de su Escuela de Orfebres; del encanto y arte que en él, se encuentran.

Tal como señalan los expertos, "(...) *la curiosidad, la participación, la indagación, el aprendizaje y la experimentación son factores decisivos a la hora de elegir destino. Como consecuencia de este cambio de perspectiva podemos observar un mayor interés por experiencias turísticas ligadas a las artes, las tradiciones, la cultura local y el patrimonio.*

11 Pergamino exhibido en uno de los muros de la Escuela de Orfebres de Coya. Ver en página 8 de este artículo, en la sección de Registro Gráfico.

En el año 2000, Greg Richards define esta tendencia como *Turismo Creativo* (...)¹², es decir, un turismo que ofrece al visitante la oportunidad de desarrollar su potencial creativo a través de una participación activa en experiencias que involucran un aprendizaje que son características y propias del destino en el cual se sitúa. Eso es lo que la Escuela de Orfebres de Coya significa para su gente y para este breve estudio; el valor de la creatividad como un recurso natural del ser humano, puesto al servicio del Turismo del siglo XXI.

REGISTRO GRÁFICO (Fotografías de los docentes Gabriela Ortiz y Gastón Oyarzún, y de la estudiante tesista Claudia Ruz, todos de la USS)

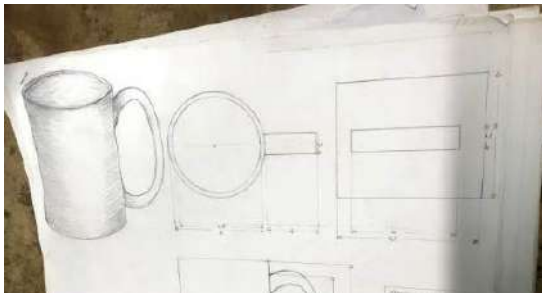
MAPA TURÍSTICO DE COYA Y SUS ALREDEDORES



12 Op Cit. *Entorno Turístico. Hablemos de Turismo*. Revista Digital. Ver en: <https://www.entornoturistico.com/turismo-industrial-creativo-nuevas-oportunidades-turisticas/>



ESCUELA DE ORFEBRES DE COYA- EXHIBICIÓN DE OBJETOS DE COBRE
VISITA DE ACADÉMICOS DE LA USS EN LA ESCUELA DE ORFEBRES, DEL PROYECTO FIC 'RUTA DEL COBRE'

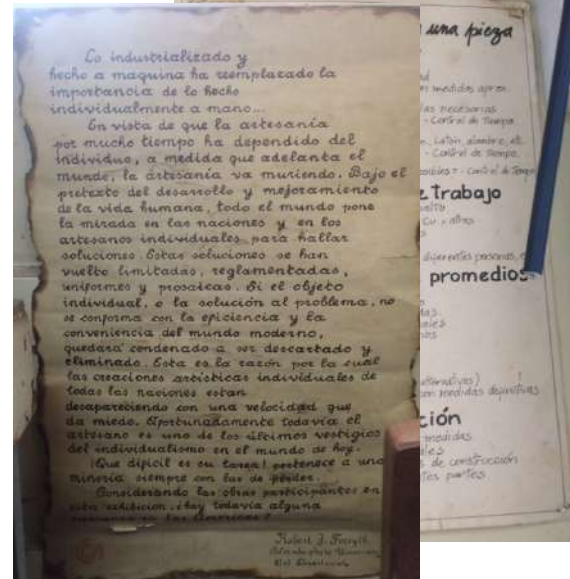


PLANTILLAS DE COBRE QUE RESUMEN LAS FASES DEL TRABAJO DE CADA ESTUDIANTE
HERRAMIENTAS DE TRABAJO DE LA ESCUELA





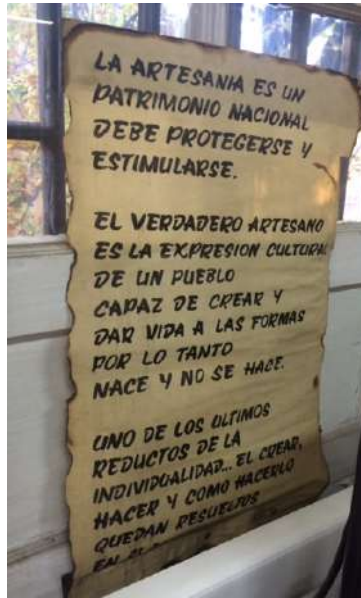
PRODUCTOS HECHOS DE COBRE EN LA OFICINA DE TURISMO DE COYA



BIBLIOGRAFÍA

Fuentes digitales:

-



<http://www.inturmancha.es/turismo-industrial/> Consultado en mayo de 2019.

- **EcuRed**, Enciclopedia Digital. Ver en: <https://www.ecured.cu/Coya#Historia>. Consultado en marzo de 2019.
- **Entorno Turístico. Hablemos de Turismo**. Revista Digital. Ver en: <https://www.entornoturistico.com/turismo-industrial-creativo-nuevas-oportunidades-turisticas/>
- SERNATUR. **Plan de Acción Región del Libertador General Bernardo O'Higgins**. Sector Turismo 2014-2018. (PDF) Servicio Nacional de Turismo Chile. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

Fuentes orales- entrevistas:

- Entrevista a Denise Célerly, Maestro orfebre de la Escuela de Orfebres de Coya, efectuada el jueves 02 de mayo de 2019.
- Entrevista a integrantes (estudiantes) del curso de la Escuela de Orfebres de Coya, efectuada el jueves 02 de mayo de 2019.
- Entrevista a Cristina Reynoso, artesana de la Escuela Orfebre de Coya, efectuada el jueves 11 de abril de 2019. Miembro de la agrupación 'Tierra que Encanta'.

Fuentes visuales- fotográficas:

- 2 posters estilo 'pergamino' exhibidos en los muros de la Escuela de Orfebres de Coya. Fotografías sacadas el martes 07 de mayo de 2019.
- Muestra de registro gráfico (fotos) gentileza de los académicos Gabriela Ortiz y Gastón Oyarzún, y de la estudiante tesista Claudia Ruz, todos de la Carrera de Ingeniería en Gestión de Expediciones y Ecoturismo, sede Santiago, de la Universidad San Sebastián.

Revisión de los Sistemas de Información implementados en la planeación turística

Ing. Marcia Ivonne Lara Silva¹
Dra. Luz Andrea Rodríguez²
Dr. Giovanni Tarazona³

Resumen

Las metodologías de planeación turística han sido adoptadas por las naciones en diferentes tiempos y formas, según sus prioridades y modelos de organización territorial. Éstas no han sido acompañadas a la fecha, por desarrollos tecnológicos que faciliten el análisis de los datos que resultan de la actividad, haciendo que una gran cantidad de información se pierda. Se realizó una revisión documental orientada a la identificación de sistemas de información que hicieran uso de tecnologías informáticas, acondicionadas a la planeación turística, y que con su uso fortalecieran la actividad, mitigando sus impactos. Hallazgos: las fases de comercialización, ejecución y post venta del turismo, tienen herramientas tecnológicas diseñadas a la medida, en relación 6:1. La planeación, diseño y ejecución, no cuentan con sistemas de información directos ni apoyo en tecnologías informáticas que faciliten la gestión de la información en edades tempranas del desarrollo turístico, su posterior seguimiento y monitoreo. No se encuentra en la bibliografía consultada un sistema de información para la planeación turística. También se evidenció que, el fuerte desarrollo tecnológico para comercialización y venta se presenta en América y Europa consistente con el aporte que realiza la actividad turística al PIB en cada continente, 8,6% y 11% respectivamente. Sin embargo, el uso de tecnología no es proporcional para la planeación, por cuanto no se facilita la observación y seguimiento de los planes ni tampoco de sus impactos en los destinos, teniendo como consecuencia el rechazo de las comunidades.

Palabras clave: planeación turística; sistemas de información; impactos turísticos

1 GICOECOL, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Colombia. milaras@correo.udistrital.edu.co

2 GICOECOL, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Colombia. ing.rodriguezla@gmail.com

3 GICOECOL, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Colombia. gtarazona@udistrital.edu.co

Abstract

Tourism planning methodologies have been adopted by nations at different times and in different ways, according to their priorities and models of territorial organization. These have not been accompanied to date by technological developments that facilitate the analysis of data resulting from the activity, causing a large amount of information to be lost. A documentary review was carried out aimed at identifying information systems that make use of information technologies, conditioned to rural tourism planning, and that with their use strengthen the activity, mitigating its impacts. Findings: the phases of commercialization, execution and post-sale of tourism, have technological tools designed to the measure, concerning 6:1. The planning, design, and execution do not have direct information systems or support in information technologies that facilitate the management of information in the early stages of tourism development, it's subsequent follow-up and monitoring. The bibliography does not include an information system for tourism planning. It was also evidenced that, the strong technological development for commercialization and sale is presented in America and Europe consistent with the contribution that the tourist activity makes to the GDP in each continent, 8.6%, and 11% respectively. However, the use of technology is not proportional to the planning, because it does not facilitate the observation and monitoring of the plans or their impacts on the destinations, resulting in the rejection of the communities.

Keywords: tourism planning; information systems; tourism impacts

introducción, objetivo, metodología, resultados y conclusiones, material gráfico y bibliografía (citada en formato APA). Separación de 20pto entre apartados.

1. INTRODUCCIÓN

El desplazamiento de personas gracias al turismo está creciendo y tomando fuerza en la economía del mundo, sin embargo, estos mismos desplazamientos han generado un sinnúmero de impactos no favorables para el ambiente y para las comunidades étnicas que habitan los destinos visitados, como se evidencia a continuación.

Además de los impactos positivos y beneficios que se consiguen por la actividad turística, también se empiezan a reconocer y sufrir impactos negativos derivados del inadecuado desarrollo turístico que ha dado paso a la degradación sistemática de los territorios. Tal es el caso de las Islas Marietas en México (Sermanat, 2016), el río Caño Cristales en Colombia (Semana Sostenible, 2017), Venecia en Italia (Hosteltur, 2014), Ámsterdam en Holanda (El Confidencial, 2017), Barcelona en España (Euronews, 2017), Machupicchu en Perú (La República - Perú, 2013), la Gran Muralla en China (National Geographic, 2015), por mencionar sólo algunas de las más reconocidas a nivel de entorno; todos los anteriores destinos turísticos fueron impactados negativamente por la gran afluencia turística sobre la que no se ejecutó ninguna acción preventiva como resultado de la planeación turística.

Otras exposiciones además de las medioambientales se observan en los habitantes, etnias, clanes y tribus, referidos al grupo de personas que comparten características culturales como la tradición, el lenguaje, la cultura, la nacionalidad, la religión y la historia entre otras características no heredables desde el ADN, en donde, la autenticidad, la identidad, la transformación de los rituales, el irrespeto a los individuos como personas siendo tratados como atracciones turísticas y el entorno mismo han terminado con importantes alteraciones, como se puede evidenciar en el principal destino turístico Latinoamericano, Cancún, Quintana Roo - México, en donde llegada masiva de turistas, a un destino con presencia de población étnica ha resultado el desplazamiento del 65% de la población maya, aunado a la pérdida de su idioma, cambios abruptos en su forma de vestir y transformaciones en su espacio, (Pereiro, 2013). También en Kenya la población que se dedica a la comercialización de elementos tradicionales queda desempleada al disminuir la afluencia de turistas a los safaris (Akama, 1996; Bolwell, 2009; UNNWTO, 2010), entre otros.

Con lo anterior, es importante comprender la importancia que tiene el ser capaces de planear una actividad económica a desarrollar en un territorio, para prevenir en mayor parte aquellas influencias no deseadas tanto en las comunidades anfitrionas como en el entorno. Así, la ausencia de un sistema de información experto que apoye la planeación turística dificultará su seguimiento y revisión, para evitar desvíos o para ajustar estrategias en cada región, con lo cual se pondrá en peligro no sólo la gran biodiversidad que tienen los destinos sino también a las comunidades étnicas anfitrionas.

2. OBJETIVO

Identificar cuáles sistemas de información apoyan la planeación turística haciendo uso de tecnologías informáticas.

3. METODOLOGÍA

Se llevó a cabo una revisión documental orientada a la identificación de sistemas de información que hicieran uso de tecnologías informáticas, acondicionadas a la planeación turística, y que con su uso fortalecieran la actividad, mitigando sus impactos. La búsqueda se realizó en SCOPUS, Web of Science y portales de uso comercial.

4. SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN TURISMO

Los sistemas de información ayudan al reconocimiento de: 1. la funcionalidad de los datos en términos del trabajo diario y su apoyo directo a la gestión, 2. La capacidad de comparación de la información de la organización con estándares y/o patrones, permitiendo la revisión paralela con otros sistemas complementarios a su objetivo fundamental, 3. La integración de la información con los sistemas complementarios, 4. El crecimiento sostenible organizacional a través de la optimización de los procesos con base en el análisis de los datos. (Davis, Miller, & Russell, 2008).

La aplicación de tecnología con base en la información se observa en el turismo en las actividades de comercialización y desarrollo de canales de difusión (Abrahams, 2006), se tienen en cuenta las sugerencias basadas en intereses de los viajeros (Dergiades, Mavragani, & Pan, 2018; Pan & Wang, 2017; Parreño, 2012; Ravi & Vairavasundaram, 2016), la creación de paquetes turísticos creativos (Ma, Yang, & Shi, 2017), el poder facilitar al turista la visualización anticipada del destino que visitará, ya sea a través de sistemas 3D o de sistemas sensoriales (Berger & Dittenbach, 2007; Bogomazova & Stenyushkina, 2017).

También los procesos de venta, la compra de servicios de alojamiento a través de la segmentación del mercado (Souza, Silva, & Barbosa, 2016), acercar la experiencia del turista a la emoción del anfitrión en el destino (Airbnb, 2018; Chaeyoung L., Mostafa, & Park, 2017), entrenar las habilidades de comunicación en el idioma inglés mientras se hace turismo (Lee, Shih, Chou, & Chen, 2017), venta servicios del sector (Amadeus, 2018; Sabre, 2018; Travelport, 2018; Travelsky, 2018), calificar el servicio turístico recibido (Abrahams, 2006; Booking, 2018; Leung, Au, Liu, & Law, 2016; Lin & Kuo, 2018; Tripadvisor, 2018; Trivago, 2018; Vincent, 2018), minimizar el riesgo del turista por desastres naturales en el destino que visita (Leelawat et al., 2017). Al mismo tiempo el turismo se ha usado como herramienta de posicionamiento de marca de destinos de viaje (Lin & Kuo, 2018)

El ambiente y la sociedad en el desarrollo de la actividad turística no se han quedado sin atención, por medio de sistemas de información geográfica (Niño & Danna, 2016) se identifican los efectos que se generan sobre los destinos, ubicando las áreas en donde el territorio ha sufrido modificaciones debido a la presencia de turistas (Prueksakorn et al., 2018; T. Zhang, Ji, Hu, Ye, & Lin, 2018) . Optimización a las redes de servicios públicos de energía debido a la alta presencia de turistas (Morales, Besanger, & Medina, 2018). Identificación de niveles de irritación de los anfitriones de destinos ubicados en destinos transfronterizos de China Continental (J. Zhang, P. Wong, & Lai, 2018) y la fase en la que se encuentra el destino según la metodología TALC de Butler (Diedrich & García-Buades, 2009).

En planeación turística, los sistemas de información geográficos han apoyado el levantamiento de inventarios turísticos (Niño & Danna, 2016), también técnicas para determinar la demanda. Se ha usado, incluso, el software STELLA para crear simulaciones de comportamiento turístico, (Tan, Yang, Château, Lee, & Chang, 2018), en Finlandia han acercado el PPGIS (Sieber, 2006) al turismo, para determinar aquellos destinos que son más atractivos para los visitantes, (S. Kantola, M. Uusitalo, V. Nivala, S. Tuunentie, 2018). También se han realizado análisis por escenarios para determinar la sostenibilidad del destino con la actividad turística (Mai & Smith, 2018).

Tabla 1. Sistemas de información por fase y continente

Año	Continente	Fase	Cantidad
2018	Asia, China	Planeación	1
2017	Asia, China - Japón	Diseño	2

2002	América, Brasil	Diseño	1
2017	Asia, China - Rusia	Comercialización	2
2018 – 2012 - 2007	Europa, Austria - Chipre	Comercialización	3
2016	Medio Oriente, India	Comercialización	1
2018	América – Estados Unidos	Venta	3
2018	Asia, China	Venta	1
1987	Europa, España	Venta	1
2017	China, Japón	Ejecución	1
2016	América – Estados Unidos	Calificación	2
2016	Asia, China	Calificación	1
2016	Europa, Holanda - Alemania	Calificación	2
2017	Asia Thailandia	Monitoreo	1

Fuente. Elaboración propia

La búsqueda de sistemas de información que apoyen las diferentes fases del turismo ha dado como resultado la tabla anterior en la cual se observan las fases de comercialización, ejecución y post venta del turismo con mayor grado de fortalecimiento de forma directa por el desarrollo de herramientas tecnológicas.

5. CONCLUSIONES

No se encuentra dentro de la revisión documental algún sistema de información que permita el seguimiento o monitoreo de la actividad turística, desde la planeación territorial, toda la bibliografía muestra análisis posteriores a la actividad, sin éstos estar enlazados a una previa planeación.

Se observa que las metodologías de planeación turística no han sido acompañadas a la fecha por desarrollos tecnológicos que faciliten el análisis de los datos resultantes de la actividad, haciendo que una gran cantidad de información relevante para el desarrollo del sector no se pueda analizar ni tener en cuenta (Rojas, Cueva, Tarazona, & Montenegro, 2013).

La planeación, el diseño y la ejecución, son las fases que menos apoyo tecnológico han tenido, lo que deja entrever una ausencia de aplicación tecnológica que facilite la gestión de la información en edades tempranas del desarrollo turístico y su posterior seguimiento

y monitoreo en y post ejecución, esto por parte del gobierno, actor principal de la fase de planeación y monitoreo.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abrahams, B. (2006). Tourism information systems integration and utilization within the semantic WEB, (October).
- Airbnb. (2018). Airbnb. Retrieved from https://www.airbnb.com.co/?af=43720035&c=.pi0.pk57951510207_264142931501_c_21910762233&gclid=CjwKCAJw9qfZBRA5EiwAiq0AbeSaywAQAZldtNo3eiA_Gf4vmO8GnDkGeL_eEF2l6Mpy2RpJQ5UVRhoChb0QAvD_BwE
- Akama, J. (1996). Western environmental values and nature-based tourism in Kenya. *Tourism Management*, 17, 567–574. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(96\)00077-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00077-5)
- Amadeus. (2018). Amadeus. Retrieved from <http://www.amadeus.com>
- Berger, H., & Dittenbach, Æ. M. (2007). Opening new dimensions for e-Tourism. *Virtual Reality*, 75–87. <https://doi.org/10.1007/s10055-006-0057-z>
- Bogomazova, I. V., & Stenyushkina, S. G. (2017). Excursion tours and the possibility of using augmented reality technologies for improving the local tourist attractiveness. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 8(4), 943–951. [https://doi.org/10.14505/jemt.v8.4\(20\).25](https://doi.org/10.14505/jemt.v8.4(20).25)
- Bolwell, W. D. (2009). *Reducir la pobreza a través del turismo*. Retrieved from http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_162281.pdf
- Booking. (2018). Booking. Retrieved from www.booking.com
- Chaeyoung L., Mostafa, N., & Park, J. (2017). Digital Omotenashi : Toward a Smart Tourism Design Systems. *Sustainability (Switzerland)*, 9(12). <https://doi.org/10.3390/su9122175>
- Davis, J., Miller, G., & Russell, A. (2008). La Revolucion de la Informacion.pdf.
- Dergiades, T., Mavragani, E., & Pan, B. (2018). Google Trends and tourists' arrivals: Emerging biases and proposed corrections. *Tourism Management*, 66, 108–120. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.10.014>
- Diedrich, A., & García-Buades, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30(4), 512–521.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.10.009>

- El Confidencial. (2017). En Ámsterdam no caben más turistas: “Vivir aquí se ha convertido en una pesadilla.” Retrieved from https://www.elconfidencial.com/mundo/2017-10-17/en-amsterdam-no-caben-mas-turistas_1461632/
- Euronews. (2017). Barcelona: El problema del turismo masivo. Retrieved from <http://es.euronews.com/2017/06/28/barcelona-el-problema-del-turismo-masivo>
- Hosteltur. (2014). Venecia, un destino en jaque por el turismo de masas y la corrupción. Retrieved from https://www.hosteltur.com/157700_venecia-destino-jaque-turismo-masas-corrupcion.html
- La República - Perú. (2013). Turismo en Machupicchu sobrepasa límites en agosto. Retrieved from <https://larepublica.pe/archivo/735181-turismo-en-machupicchu-sobrepasa-limites-en-agosto>
- Lee, B., Shih, H., Chou, Y., & Chen, Y. (2017). Educational Virtual Reality implementation on English for Tourism Purpose using knowledge-based engineering. *IEEE International Conference*, 792–795.
- Leelawat, N., Suppasri, A., Latcharote, P., Imamura, F., Abe, Y., & Sugiyasu, K. (2017). Increasing tsunami risk awareness via mobile application. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 56). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/56/1/012001>
- Leung, R., Au, N., Liu, J., & Law, R. (2016). Do customers share the same perspective? A study on online OTAs ratings versus user ratings of Hong Kong hotels. *Journal of Vacation Marketing*, 24(2), 103–117.
- Lin, C. H., & Kuo, B. Z. L. (2018). The moderating effects of travel arrangement types on tourists' formation of Taiwan's unique image. *Tourism Management*, 66, 233–243. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.12.001>
- Ma, S., Yang, H., & Shi, M. (2017). Developing a Creative Travel Management System Based on Software Reuse and Abstraction Techniques. In *Proceedings - International Computer Software and Applications Conference* (Vol. 2, pp. 419–424). <https://doi.org/10.1109/COMPSAC.2017.107>
- Mai, T., & Smith, C. (2018). Scenario-based planning for tourism development using system dynamic modelling: A case study of Cat Ba Island, Vietnam. *Tourism Management*, 68, 336–354.
- Morales, D., Besanger, Y., & Medina, R. (2018). Complex distribution networks: Case study Galapagos Islands. *Studies in Systems, Decision and Control*, 145, 251–281.

- National Geographic. (2015). El deterioro de la Muralla China. Retrieved from <http://www.ngenespanol.com/el-mundo/hoy/15/06/29/casi-un-tercio-delamurallachinaestadanado/>
- Niño, S., & Danna, J. (2016). Los Sistemas de Información Geográfica (SIG) en turismo como herramienta de desarrollo y planificación territorial en las regiones periféricas. *CIDADES, Comunidades e Territórios*, 0(32), 18–39. Retrieved from <http://revistas.rcaap.pt/cct/article/view/10025>
- Organización Mundial del Turismo. (2011). Panorama OMT del turismo internacional, Edición 2011. <https://doi.org/10.18111/9789284419043>
- Organización Mundial del Turismo. (2018a). Nueva Economía Fórum: Foro España internacional. Comercio, inversión y diplomacia. Retrieved from <http://www2.unwto.org/es/content/nueva-economia-forum-foro-espana-internacional-comercio-inversion-y-diplomacia>
- Organización Mundial del Turismo. (2018b). Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años.
- Pan, Q., & Wang, X. (2017). Independent travel recommendation algorithm based on analytical hierarchy process and simulated annealing for professional tourist. *Applied Intelligence*, 1–17. <https://doi.org/10.1007/s10489-017-1014-0>
- Parreño, A. (2012). Sistema De Informac Ión Geográfica Para Gestionar La Información Turística De La Ciudad De Gijó N, Asturias.
- Pereiro, X. (2013). Los efectos del turismo en las culturas indígenas de América Latina. *Revista Espanola de Antropologia Americana*, 43(1), 155–174. https://doi.org/10.5209/rev_REAA.2013.v43.n1.42308
- Prueksakorn, K., Gonzalez, J. C., Keson, J., Wongsai, S., Wongsai, N., & Akkajit, P. (2018). A GIS-based tool to estimate carbon stock related to changes in land use due to tourism in Phuket Island, Thailand. *Clean Technologies and Environmental Policy*, 20(3), 561–571. <https://doi.org/10.1007/s10098-017-1455-5>
- Ravi, L., & Vairavasundaram, S. (2016). A Collaborative Location Based Travel Recommendation System through Enhanced Rating Prediction for the Group of Users. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2016.
- Rojas, A., Cueva, J. M., Tarazona, G. M., & Montenegro, C. E. (2013). Open Data as a key factor for developing expert systems : a perspective from Spain. *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, 2, 51–55. <https://doi.org/10.9781/ijimai.2013.226>

- S. Kantola, M. Uusitalo, V. Nivala, S. Tuunlentie. (2018). Tourism resort users' participation in planning: Testing the public participation geographic information system method in Levi, Finnish Lapland. *Tourism Management Perspectives*, 27, 22–32.
- Sabre. (2018). Sabre. Retrieved from <https://www.sabre.com/>
- Semana Sostenible. (2017). Cierran Caño Cristales a los turistas debido a la sequía. Retrieved from <http://sostenibilidad.semana.com/impacto/articulo/cano-cristales-cerrado-por-la-sequia/39196>
- Sermanat. (2016). LA CONANP ANUNCIA QUE LA PLAYA DEL AMOR CERRARÁ A PARTIR DEL 9 DE MAYO. Retrieved from http://www.conanp.gob.mx/difusion/comunicado.php?id_subcontenido=1003
- Sieber, R. (2006). Public Participation Geographic Information Systems: A Literature Review and Framework, 96(January), 491–507.
- Souza, A., Silva, A., & Barbosa, M. de L. (2016). Understanding Consumers' Reluctance to Purchase Hotel Services Online: What Makes it so Risky? *Pasos-Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 14(5), 1253–1266.
- Tan, W. J., Yang, C. F., Château, P. A., Lee, M. T., & Chang, Y. C. (2018). Integrated coastal-zone management for sustainable tourism using a decision support system based on system dynamics: A case study of Cijin, Kaohsiung, Taiwan. *Ocean and Coastal Management*, 153(August 2017), 131–139. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2017.12.012>
- Travelport. (2018). Travelport. Retrieved from https://www.travelport.com/sites/default/files/timeline_master_v_3-2016_usl-es-es.pdf
- Travelsky. (2018). Travelsky. Retrieved from <http://www.travelsky.net>
- Tripadvisor. (2018). Tripadvisor. Retrieved from tripadvisor.mediaroom.com
- Trivago. (2018). Trivago. Retrieved from www.trivago.com.co
- UNNWTO. (2010). El turismo y la atenuación de la pobreza. Retrieved from <https://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>
- Vincent, C. T. P. (2018). Amateur versus professional online reviews : Impact on tourists ' intention to visit a destination. *Tourism*, 66(1), 35–51.
- Zhang, J., P. Wong, & Lai, P. (2018). A geographic analysis of hosts' irritation levels towards mainland Chinese cross-border day-trippers. *Tourism Management*, 68, 367–374. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.011>
- Zhang, T., Ji, H., Hu, Y., Ye, Q., & Lin, Y. (2018). Application of classification algorithm of

machine learning and buffer analysis in tourism regional planning. In *International Archives of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences - ISPRS Archives* (Vol. 42, pp. 2297–2302). <https://doi.org/10.5194/isprs-archives-XLII-3-2297-2018>

TURISMO CULTURAL EN COLOMBIA, IDENTIDAD Y PUESTA EN VALOR DE SU PATRIMONIO PARA EL MUNDO

Claudia Patricia Rodríguez Zárate¹

Por motivo del **IV Congreso Internacional de la Red de Investigadores en Turismo, Cooperación y Desarrollo (COODTUR)**, Turismo, desarrollo territorial, innovación y gobernanza, ¿hacia dónde vamos? a celebrar en la Universidad de La Frontera (Chile) del 1 al 4 de octubre de 2019, el objetivo de la comunicación es reflexionar sobre el rol del Turismo Cultural como un factor determinante para el desarrollo de las comunidades en Colombia. A través de un enfoque de investigación aplicada de tipo cualitativo se busca responder a la pregunta ¿qué características hacen del turismo cultural un promotor del diálogo intercultural y del desarrollo en Colombia?

Se relacionarán casos y experiencias en Colombia en los que el turismo cultural aporta al desarrollo de las comunidades al identificar elementos simbólicos y culturales identitarios. Colombia presenta cerca de 2.134 recursos culturales entre monumentos, conjuntos históricos, tradiciones, folclor, expresiones musicales, cocinas tradicionales, artesanías, yacimientos arqueológicos, mitos y leyendas, rutas históricas, personajes, festivales y ferias, en suma, parte de los casos que se pueden tratar. Como referencias bibliográficas se mencionarán referentes teóricos y textos de la Unesco y UNTWO principalmente.

Palabras clave: Patrimonio; Turismo Cultural; Desarrollo.

¹ Centro de Investigaciones, Grupo de Política y Sostenibilidad, Universidad EAN, Colombia, crodrigue9.d@universidadean.edu.co

TURISMO CULTURAL HOY EN COLOMBIA

Desde la Organización Mundial del Turismo OMT, se entiende el turismo como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. En medio de este fenómeno se encuentran las comunidades receptoras y los visitantes que pueden ser vistos como turistas o excursionistas, de acuerdo a su tiempo de estancia en el destino y a sí pernoctan o no en este (OMT, 2008), quienes desarrollan distintas actividades en destino como un gasto turístico.

Los destinos se preparan para brindar a los visitantes una amplia gama de actividades turísticas, relacionadas éstas con los aspectos ambientales, económicos y culturales de un destino en el que habita un grupo social, y que, en varios casos, están relacionados con sus manifestaciones patrimoniales que revisten a su vez el lugar de identidad y dan paso al desarrollo.

Lo anterior guarda suma relación con la Política de Turismo Cultural de Colombia, cuyo lema reza "Turismo Cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio colombiano para el mundo", política pública en etapa actual de revisión, que destaca el turismo como un eje articulador de procesos de identificación, valoración, competitividad, sostenibilidad y difusión del patrimonio cultural, motivo por el cual el turismo cultural, se convierte en el segmento turístico de principal análisis en el presente artículo.

Varias definiciones han surgido alrededor del Turismo Cultural. Para el Centro de Conocimiento e Información Estratégica de la Secretaría de Turismo de México, el turismo cultural responde a *"aquél viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico"*, y que como tal juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico. El Turismo Cultural, "se trata de una vivencia no sólo intelectual, sino también sensorial y afectiva, capaz de transformar por completo la visión y de generar un vínculo emocional indisoluble con aquellas expresiones, lugares y personas que, por su valor estético, histórico o por su carga de identidad, merecen ser apreciados y conservados" (Iñaki Garmendia).

En 1976 en la ciudad de Bruselas, se celebró el Seminario Internacional de Turismo y Humanismo, y cuyos integrantes elaboraron en el marco de dicho evento la Carta del Turismo Cultural para mencionar lo siguiente; el Turismo cultural hace relación a los monumentos, la preservación, la protección y las comunidades. En 1992 La Asociación Europea para la Educación en Turismo y en Ocio, ATLAS, definiría el turismo cultural como "un movimiento temporal hacia una atracción, localizada fuera de su área de residencia habitual, con el objetivo de satisfacer necesidades de índole cultural", citando a manera de ejemplo atracciones como; locales de patrimonio, manifestaciones culturales y artísticas, arte y drama, fuera de su área de residencia.

El Turismo cultural es uno de los mercados de mayor crecimiento actualmente y en Colombia, está relacionado con otro mercado en alza como es el de las Industrias Culturales y Creativas, dentro de las cual se encuentran bienes y servicios relacionados directamente con este mercado turístico al ser de base cultural. Adicionalmente, de acuerdo al FORO ECONOMICO MUNDIAL, España y Francia se mantienen como los países más destacados en materia de recursos culturales desde tiempos remotos, ocupando el primero y segundo lugar respectivamente. Por su parte y en Latinoamérica, Colombia ocupa el tercer lugar en materia de recursos culturales, después de países como México y Argentina.

En materia de recursos culturales con vocación turística por parte de Colombia se puede destacar la diversidad cultural que posee el país y que se convierte en factor potencial para la práctica del turismo cultural. Colombia cuenta además con 87 etnias diversas y con elementos identitarios, cuya cosmogonía está relacionada, además, con rituales ancestrales que pueden ser objeto de vocación turística. Colombia relaciona en la lista de patrimonio mundial de la UNESCO las siguientes manifestaciones:

Puerto, fortalezas y conjunto monumental de Cartagena (1984)
Parque Nacional de los Katíos (1994)
Centro Histórico de Santa Cruz de Mompox (1995)
Parque Arqueológico de San Agustín (1995)
Parque Arqueológico Nacional de Tierradentro (1995)
Santuario de fauna y flora de Malpelo (2006)
El Paisaje Cultural del Café de Colombia (2011)
Qhapaq Ñan – Sistema vial Andino (2014)
Parque Nacional de Chiribiquete – “La maloca del jaguar” (2018)

Si analizamos la manera como es usado el turismo cultural, podemos determinar que se generan unos beneficios desde una perspectiva de mercados, trayendo consigo la satisfacción de las necesidades del turista, la conservación del patrimonio de uso turístico y el desarrollo de la comunidad local proveniente de la generación de nuevos empleos en el territorio donde se realiza la actividad turística. Esa actividad turística se ha convertido en una parte fundamental del estilo de vida de las sociedades actuales. Como consecuencia de esto, la expansión del turismo ha venido en aumento en los últimos años. Este crecimiento viene acompañado de una evolución que no solo se hace evidente en los aspectos cuantitativos, sino también en la modificación y transformación de los gustos y preferencias de los turistas. Así, durante los últimos años se ha podido identificar una clara tendencia de que los turistas han comenzado a buscar nuevas experiencias de viaje, alejado de lo que podría ser catalogado como turismo convencional, donde los turistas buscan un enriquecimiento personal derivado de sus viajes, dentro de lo que, claramente, se inscribe el turismo cultural (OMT, 1999).

De acuerdo con el reporte de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2009), algunos de los datos que perfilan la importancia del turismo cultural alrededor del mundo son:

- El turismo cultural representa el 40% de los viajes internacionales.
- Como consecuencia del desarrollo regional el turismo cultural cobra cada vez mayor fuerza.
- Se estima que el turismo cultural supera el 50% del turismo en Europa.
- El turismo cultural participa con alrededor del 30% de los viajes domésticos de los norteamericanos.
- El 25% de los viajeros consideran a la comida en el momento de decidir un viaje y 58% están interesados en hacer un viaje gastronómico.
- El turismo cultural es el segmento de gasto promedio más alto y duplica al del turismo de sol y playa.

Por otro lado, considerando que los norteamericanos constituyen el principal segmento de viajes internacionales, se destaca de acuerdo a Mandala Research (2009) que:

En el caso de Colombia, la política de turismo cultural busca fomentar este segmento por Colombia e incentivar a nacionales y a extranjeros a conocer y apropiarse de las costumbres y el patrimonio material e inmaterial del país. De esta manera, se busca generar beneficios a la comunidad, así como a los medios y motivaciones para cuidar y mantener el patrimonio cultural, garantizando la sostenibilidad de los sectores cultural y turístico. En el caso particular de Colombia, se estipula que un viajero interesado en la práctica del turismo cultural, estaría dispuesto a pagar un monto promedio de \$250 US diarios durante una estancia de 8 días.

El turismo en Colombia durante la última década ha comenzado a crecer a un ritmo muy importante, tanto en la oferta para el mercado nacional, el cual encuentra la posibilidad de trasladarse y estar en regiones que tiempo atrás estaban limitadas por situaciones de orden público, y el mercado internacional que busca en el país destinos inexplorados, recomendados por agencias y publicaciones especializadas como Lonely planet, National geographic travel, tripadvisor, y portales como www.colombia.travel, el cual es el sitio oficial del turismo para la promoción del país.

De acuerdo al Boletín Nacional de Turismo de 2018, elaborado por la Oficina de estudios económicos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, el año pasado ingresaron a Colombia un promedio de 4,2 millones de visitantes no residentes, haciendo de ésta, una cifra record de turismo para el país. De la cifra en mención, 3,2 millones de visitantes corresponde a extranjeros no residentes, 790 mil colombianos que residen en el exterior y visitan Colombia en alguna época del año y 380 mil visitantes en calidad de pasajeros de cruceros internacionales. Se puede inferir un crecimiento del 8% con respecto al anterior, y si se busca observar el crecimiento en materia de meses, también se puede afirmar, y a modo de ejemplo se puede relacionar un comparativo entre los meses de enero de 2017 y enero de 2018, cuando Colombia paso de recibir 231.877 a 344.738 visitantes que eligieron a Colombia como su destino, evidenciando para el primer mes del 2018, 112.861 turistas más que el año anterior, y un incremento del 48,67%. En materia de ciudades se puede

señalar en orden ascendente – descendente las siguientes: Bogotá, Cartagena, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga, éstas dos últimas, con un crecimiento exponencial en los últimos años.

Como parte del análisis de posicionamiento y ventajas competitivas en relación con el turismo cultural en Colombia, se presenta el siguiente análisis en relación a la oferta, demanda y tendencias, y que en el marco de la metodología de investigación, se apoyó, además, en entrevistas efectuadas a 15 intermediarios turísticos localizados en América y Europa durante el 2017, con trayectoria de 8 a 60 años en el mercado, y con conocimiento de productos turísticos como los que se derivan del turismo cultural.

PRIMEROS RESULTADOS

Internet es un medio clave en los procesos de búsqueda de información y compra de destinos a visitar, permitiendo un consumo de símbolos como la proliferación de nuevos imaginarios a partir de los cuales se generan nuevos lenguajes, en un mundo cada vez más expuesto como consecuencia de la globalización y la sociedad de la información, por lo que el reto entonces es, la protección de la cultura y del patrimonio.

El internet ha ocasionado que los visitantes planeen sus itinerarios de viaje con mayor autonomía al acceder a la información con mayor facilidad. Ello ha conducido a que intermediarios y agencias de viajes deban reinventarse a fin de seguirse haciendo necesarios en el mercado. Evidencia de ello son páginas de internet con contenidos más innovadores actualizados y de mejor calidad. Contenidos con más información en relación a los destinos, testimoniales, frases de impacto emocional, imágenes de mejor calidad y resolución, de modo que los viajeros consideren que, si bien el internet les puede brindar una amplia información, es necesario que tomen en cuenta a las agencias de viajes como esos facilitadores que harán que su viaje sea una experiencia de calidad y especial. Destacan también los blogs que promocionan otros modos de viajar. Lo que en el pasado eran relatos de viaje, hoy se transforman en bitácoras de viaje digitales, que suman los recuerdos que van al mejor baúl posible como es el que queda luego de un viaje. Sumando a lo anterior cuentan sus contenidos que permiten el diseño de estrategias de posicionamiento para los destinos fortaleciendo el marketing turístico.

Un visitante nuevo que llega a Colombia se puede encontrar con un imaginarios negativos preconcebidos que ensombrecen la imagen del país y pueden llevar al viajero a dudar sobre sí visitar o no Colombia, sin embargo, otro número de viajeros, el que se decide por conocer

Colombia, se encuentra con un país que se destaca por la calidez de su gente, sumado además, por parte de viajeros que vencen los temores, y toman el riesgo de conocer cerca de 2134 recursos culturales, entre monumentos, un promedio de 43 centros históricos con declaratoria patrimonial, tradiciones, folclor, ritmos y expresiones musicales tradicionales, cocinas ancestrales, artesanías, yacimientos arqueológicos, narración oral, arte popular, mitos y leyendas, circuitos y rutas de turismo cultural, figuras de culto para nuestra historia, ferias y fiestas, espectáculos, atracciones agrícolas como las fincas, huertas, eco museos, atracciones relacionadas con la industria como las fábricas de producción en cadena, las tabaquerías, cervecerías, los museos en todas sus dimensiones y los workshops de artes y espectáculo, las casas señoriales, las galerías de arte, los cortejos históricos, las atracciones religiosas y militares, los espacios tematizados entre otros.

Surgen también imaginarios relacionados con la idea de la paz y con ciertos simbolismos amables como es el caso del café, que motivan al turista a decidirse por un destino como Colombia. Aquellos viajeros que superan estas inquietudes y viajan finalmente a Colombia experimentan una realidad diferente y positiva, se encuentran con gente muy amable, transformándose en excelentes voceros a la hora de recomendar el país.

Se requiere el nacimiento y promoción de imaginarios positivos enlazados a simbolismos y manifestaciones patrimoniales, que permitan la circulación y proliferación de mayores contenidos que den cuenta de recursos y productos culturales que posee Colombia, para cimentar esos nuevos imaginarios de modo que se fortalezca además el turismo cultural, como el segmento turístico elegido por los viajeros al momento de elegir el país como su destino.

En cuanto a las motivaciones se puede afirmar que, cuando el viajero tiene motivaciones culturales, está el turismo urbano asociado a visita y conocimiento de ciudades y museos, la visita a pueblos coloniales y/o centros históricos en su conjunto y las visitas y recorridos por fincas cafeteras. En materia de turismo cultural hay destinos fuertes. La Heroica como se conoce la ciudad de Cartagena, presenta un turismo cultural dirigido a mostrar su centro histórico como las actividades, productos y servicios culturales allí presentes, es el caso de su arquitectura colonial, sus calles dotadas de encanto que enamoran a los turistas haciendo de este un destino de parejas para planes de luna de miel muy fuerte en Colombia. Con el fin de desmasificar la ciudad en materia turística y otorgarle más importancia al turismo cultural, la ciudad ha consolidado el turismo de festivales, es el caso del Festival de Cine de Cartagena que se efectúa en la primera semana de marzo y los festivales Hay Festival y el de Música Clásica que se desarrollan en el mes de enero respectivamente. Al comparar Cartagena con ciudades como México D.F. o Cuzco en Perú, se presenta este como un destino de turismo cultural que requiere mayor fuerza, pues el turista que persigue la cultura de un lugar, busca también la historia que puede reflejarse en sus etnias y lo auténtico como en el deseo del viajero de experimentar nuevas y valiosas experiencias. Cartagena cuenta con una cultura ancestral derivada de la tribu Calamarí de la familia de los *Caribes* presente en la Heroica y relacionada con la India Catalina, uno de los personajes más emblemáticos de Cartagena del cual surgió un monumento justamente, sin embargo en contraste con otras etnias indígenas que se convierten en la base del turismo

cultural, como sucede en algunos destinos de turismo cultural en México, Perú y también en lugares de Colombia, es el caso de los grupos indígenas que habitan en la Sierra Nevada de Santa Marta, en Amazonas o en zonas de La Guajira, ésta pierde fuerza.

Bogotá es un destino emergente que antes operaba como punto de conexión, pero que, con el paso de los años, se ha convertido en un lugar en el que se pueden desarrollar planes y programas para que los viajeros pernocten más de tres días involucrando en sus actividades una nutrida oferta cultural. En el caso de su oferta clásica de turismo cultural se destaca en general: su centro histórico, patrimonio arquitectónico, bienes de interés cultural BIC, cuya naturaleza es la de patrimonio inmueble, es el caso del Teatro Colón, el Palacio de San Carlos, la Plaza de Bolívar, La Casa de Nariño, residencia del Presidente de la República, la Catedral Primada, el Capitolio Nacional y el Palacio Liévano y, patrimonio mueble reflejado en las piezas presentes de orfebrería en el Museo del Oro y Cerro de Monserrate principalmente.

En temas de turismo urbano asociado al cultural se menciona la capital colombiana, por sus barrios alternativos y bohemios presentes en las localidades de Candelaria, Teusaquillo y Usaquén. Se destaca además que los turistas hospedados en la zona norte de la capital cuentan con el Parque de la 93 como una buena opción para disfrutar de gastronomía enmarcada en la diversidad cultural.

Así mismo se destacan los planes en los alrededores de Bogotá, es el caso de y Villa de Leyva por el conjunto que conforma su centro histórico, la Catedral de Sal de Zipaquirá, ejemplo de arquitectura moderna e innovación a nivel mundial, el centro histórico de Guatavita sumado a su laguna ancestral, además del Festival del Torbellino que se celebra en el municipio de Tabio muy cercano a la capital colombiana y que año tras año cobra más fuerza.

Desde el punto de vista clásico Medellín se destaca por su patrimonio inmueble y sitios de interés como; Parque Poblado, Recorrido Milla De Oro, Parque Lleras, Catedral Metropolitana, Pueblito Paisa en el Cerro Nutibara, Parque De Los Pies Descalzos, Parque De Las Esculturas Del Maestro Botero, Zona Norte y Parque de los Deseos. En cuanto al turismo cultural para el caso de la ciudad de la eterna primavera, la capital antioqueña desarrolla productos culturales alrededor del cine y la televisión, que han documentado la cara oscura de Medellín en su relación con el narcotráfico, el sicariato y la presencia de personajes que marcaron el rumbo histórico del país como lo fue Pablo Escobar. Tales productos conducen a la llegada de turistas deseosos por conocer esas historias al transitar por sus calles, y al mismo tiempo, hay otros viajeros que buscan caminar por esa Medellín modelo de emprendimiento e innovación en sus sistemas de transporte y en sus estructuras arquitectónicas y que, aunque ha sido testigo de la violencia, también lo es del emprendimiento y el desarrollo, uno de los motivos por los cuales los visitantes llegan al Museo de Antioquia.

El Paisaje Cultural Cafetero es un producto destacado y bastante solicitado, incluida la visita o estancia en fincas cafeteras que hacen parte de las tendencias mundiales presentes en el turista actual que visita Colombia.

Se distinguen también productos exclusivos para turistas que buscan por ejemplo arqueología, sitios declarados patrimonio por parte de la Unesco o lugares especializados para curiosos de la historia del arte. Quienes muestran interés por estos productos de turismo cultural, son culturales aficionados o puristas culturales, es decir, viajeros que buscan conocer otra cultura y adentrarse en ella, con el fin de romper paradigmas, conocerse otras personas y hacer el ejercicio como consecuencia del viaje de reconocerse, pues de seguro retornaran a casa como seres nuevos, por ejemplo la Ruta Macondo a través de un circuito que involucra Bogotá, Zipaquirá, Barranquilla, Cartagena, Aracataca, Mompox, destinos que marcaron la vida del premio nobel de literatura Gabriel García Márquez y el desarrollo de su obra literaria. Dicho recorrido tiene una duración de 10 días de costo medio alto por el tema de los servicios que se ofertan y porque es más estructurado, especializado y ofertado en inglés y en español.

Ya en términos generales, ejemplos de demandas y actividades recurrentes de los turistas que visitan Colombia son: las visitas a museos como la donación Botero, el Museo de Antioquia de Medellín o el Museo del Oro en Bogotá, ir a comer a Andrés Carne de en Chía, asistir a carnavales y festivales en especial el Carnaval de Barranquilla o acceder a la Ciudad Pérdida en las inmediaciones del Parque Tayrona en el departamento del Magdalena a fin de conocer y compartir con sus comunidades indígenas, tanto allí como en otros destinos como La Guajira, destinos donde los viajeros buscan experimentar nuevas vivencias, al tiempo que conocen del patrimonio reflejado en sus costumbres, cocinas tradicionales y patrimonio inmaterial reflejado en sus danzas. Los turistas también buscan experiencias relacionadas con las comunidades y la cultura local lo que conlleva incluso al diseño y oferta de paquetes turísticos especializados. Es el caso de los planes que ofertan a La Guajira con especial énfasis en la Alta Guajira, caso Parque Nacional Natural Macuira como destino natural asociado a la experiencia de compartir con las comunidades *wayuu* su patrimonio inmaterial reflejado en su gastronomía, sus danzas, sus relatos y narraciones orales, sus posadas turísticas y algo de su cultura local. Algo similar hacen en el departamento del Huila en donde se ofrece el Parque de San Agustín, y dentro de éste, la opción de conocer un sinnúmero de historias que combinan el conocimiento científico con el conocimiento cultural.

En el caso de Santa Marta existe una narrativa que busca dar cuenta del destino desde la historia, la cultura y el patrimonio, como la ciudad más antigua existente de Colombia y la más antigua de Suramérica, que se caracteriza por poseer un sector Antiguo de Santa Marta (Centro Histórico) que incluye: manifestaciones patrimoniales representativas y con vocación turística, es el caso de la Casa de la Aduana, el Convento San Juan de Dios, la Iglesia de San Francisco de Asís, el Liceo Nacional Celedón y el Camellón, y el Parque de los Novios y Bolívar respectivamente. De destacar también; el Museo del Oro Tairona dentro de la Casa de la Aduana, la Quinta de San Pedro Alejandrino que cuenta con tour

guiado, el Claustro de San Juan de Nepomuceno, el Centro Cultural de la Universidad del Magdalena, la Catedral Basílica de Santa Marta, primera iglesia de Sudamérica, el cayeye, el queso costeño, el suero y el dulce de ñame que hoy son ejemplo de su rica gastronomía, expresiones musicales de reconocimiento por parte del público nacional e internacional como Carlos Vives y Systema Solar, el monumento al Pibe Valderrama, el monumento a la Deidad Tairona, además de una zona interesante de bares y restaurantes cercanos a lo que se conoce como la Marina Internacional.

Colombia es un destino turístico emergente, pero con mucha expectativa. Si bien no cuenta con la misma trayectoria de otros países que llevan más tiempo promocionando sus destinos, debido a hechos que marcaron su historia como el conflicto armado, el narcotráfico y la violencia derivada, que llevaron al nacimiento de distintos imaginarios y prejuicios poco positivos para el país, ocasionando además una disminución ostensible en la entrada y circulación de turistas por sus distintos y mágicos destinos, siempre ha contado con rostros que vale la pena conocer retratar y contar para motivar la llegada de miles de viajeros más como los que hoy llegan. Caras de la historia que acompañan sus carnavales, sus recetas ancestrales que derivan en una magnífica gastronomía, sus mitos y leyendas, sus calles, su arquitectura, sus museos, sus montañas. En Colombia el grado de turismo cultural es incipiente, pero puede fortalecerse. Es importante generar más contenidos para contrarrestar ese desconocimiento, pues la historia de Colombia está ahí pero hay que escribirla y se debe escribir como compañía de aquello que ya constituye la oferta de turismo cultural en Colombia, es decir, contar no solo con calles, edificios, arquitectura y gastronomía, contar también con más rutas turísticas, con recetas ancestrales que acompañen la oferta gastronómica, con mitos y leyendas que deambulen por las calles acompañando esos edificios y fachadas que gustan tanto y sacar más a flote nuestro legado indígena y ancestral, pues existen también las raíces y la identidad y el turista cultural seguramente querrá conocer la de Colombia.

Para un turista con clara motivación cultural, con un nivel medio alto de educación y capacidad adquisitiva, Colombia es un destino muy pertinente, pero deben mejorarse las infraestructuras (movilidad, accesibilidad y establecimientos de alojamiento y alimentación para dar una mejor bienvenida y acogida al turista). En el caso de destinos como Mompox por ejemplo, cuya artesanía de filigrana, su Semana Santa, su centro histórico y su patrimonio inmueble gozan de merecido prestigio, su accesibilidad es sumamente compleja y su infraestructura podría mejorar.

El turista actual busca sensaciones y experiencias de vida en sus viajes, quedándose no solamente con una catedral o un monumento o un ejemplo específico de patrimonio sino con todo el conjunto de productos culturales y actividades que pueden ser ofertados en el destino. Los turistas demandan ciudades que tengan movimiento y una semblanza típica de los destinos reflejada en su música, comida, tendencias en incluso modismos.

El perfil de los guías es de gran importancia para el éxito de un producto de turismo cultural, por su capacidad de interpretar el patrimonio y la historia y de conducir las experiencias, lo que requiere competencias y destrezas y un manejo de idiomas que a menudo no se da. Los guías turísticos conocen y manejan un mínimo de tres idiomas en otros países mientras que en Colombia muchas agencias se ven alcanzadas frente a las demandas de turistas culturales especializados y no hispanohablantes, pues no siempre se puede satisfacer la demanda con la poca oferta de guías turísticos plenamente capacitados para responder a estas necesidades por parte del cliente.

En Latinoamérica los destinos considerados más fuertes competidores para Colombia en materia de turismo cultural son Perú y México y en menor medida Ecuador y Argentina. Brasil fue referido en algunas ocasiones, pero al respecto se precisó que en la mayoría de ocasiones apunta a otros segmentos de turistas u otro mercado. Costa Rica fue mencionada en varias ocasiones entendiendo que aun cuando su fuerza tiende hacia los productos de naturaleza, su referencia se dio por el diseño de productos con criterios de sostenibilidad.

Brasil, Perú y México han sabido cautivar mercados sin perder su identidad y gozan de un componente que se debe robustecer en Colombia como es la apropiación social del patrimonio cultural, que contribuye al fortalecimiento de la identidad por parte de las comunidades receptoras del destino y mejora notablemente la práctica del turismo cultural. En el caso de destinos culturales asociados a su centro histórico destacan Perú y Ecuador, casos Cuzco, Lima y Quito. En el caso de destinos culturales asociados a todo un conjunto que envuelve la gastronomía, el centro histórico, la arqueología, la historia narrada desde sus museos y el turismo experiencial relacionado con comunidades destaca México.

Valdría la pena fomentar el desarrollo del turismo idiomático enlazando al turismo cultural. El idioma es la llave para conocer la cultura de otro país que te permite establecer nuevas relaciones, pues, de hecho, aprender otro idioma es acercarse a otra cultura. El idioma va ligado a otra cultura. Entendido el turismo idiomático como las actividades turísticas que desarrollan los viajeros con el propósito también de hacer una inmersión lingüística en un idioma diferente al de su entorno habitual, Colombia se convierte en un excelente lugar para la práctica del turismo cultural asociado al turismo idiomático, en tanto el español que se habla en Colombia es muy gustoso de aprender por el público no hispanohablante.

Aprovechando la oferta de turismo cultural en desarrollo y aquella que se busca crear, sumado al hecho de contar con guías turísticos que han de formarse en otros idiomas distintos al de su lengua original, y además, contando con programas de formación de calidad en lenguas extranjeras, podría fortalecerse el turismo cultural combinado con el idiomático, como las investigaciones académicas que contribuyan a sumar conocimiento del turismo cultural que se puede hacer en Colombia en otros idiomas.

Así mismo un mayor posicionamiento de los festivales y dentro de los cuales los más destacados son el Carnaval de Barranquilla, el Festival Iberoamericano de Teatro y en Cartagena el Festival de Cine, el Hay Festival y el Festival de Música Clásica.

Se mencionaron en relación al turismo cultural que se nutre de experiencias, prácticas que enriquecen el viaje para un turista y que podrían volverse en un modelo de réplica en Colombia a partir del diseño de nuevos productos turísticos. Colombia tiene la posibilidad de desarrollar esos productos adecuándolos a su contexto y rescatando lo auténtico y ejemplo de ello es por ejemplo el producto *Recuca* “Recorrido por la Cultura Cafetera” que se desarrolla en Calarcá y que ofrece una experiencia al visitante. En definitiva, Colombia es un destino que vale la pena recorrer por su historia y por su gente, visitantes ávidos de reinventarse al tiempo que viven nuevas experiencias y escuchan múltiples historias que dan cuenta de nuestra cultura en la voz justamente de nuestra gente, en sus paisajes culturales del diario vivir, y en medio de sus aires y maneras de ver la vida y la cotidianidad.

OTRAS CONSIDERACIONES

Otras consideraciones a tomar en cuenta de acuerdo al turismo cultural que está cobrando hoy fuerza en Colombia son las siguientes; en materia de cocinas tradicionales y gastronomía, valdría la pena dar un vistazo a la Biblioteca de Cocinas Tradicionales que se fue editada por el Ministerio de Cultura y que cuenta con un promedio cercano a 1300 recetas autóctonas en Colombia, la ciudad de Popayán, además, fue declarada la primera ciudad gastronómica por parte de la UNESCO. Colombia cuenta con 87 etnias diversas y que propenden por un cuidado a su cultura nativa y que rinden un claro homenaje a la diversidad cultural del país. Colombia cuenta con una de las ciudades más emblemáticas en materia de cosmogonía indígena como es Ciudad Pérdida, rica en patrimonio inmaterial y de vocación turística para el turismo cultural. Es poseedora de artesanías endógenas y de una de las catedrales de sal más importante a nivel mundial y que se destaca por su arquitectura moderna como es la Catedral de Sal de Zipaquirá. En materia de música, es poseedor de ritmos musicales tradicionales a saber; cumbia, joropo, chirimía, carranga, vallenato, junto a ritmos musicales que adaptó y convirtió en referentes culturales identitarios, éstos son; la salsa, andina, tango, calypso, mariachis, mapalé y reggae. Cuenta con instrumentos de base cultural local como; la bandola, la caja vallenata, la guacharaca, el manguare, las gaitas colombianas, el tambor alegre, el tambor llamador, el tiple, los violines caucanos, la quijada, la bandola y la marimba principalmente. Por parte de la UNESCO dos ciudades colombianas han sido declaradas ciudades creativas de la música, éstas son, Bogotá y Medellín, y por su parte la ciudad de Ibagué, es considerada como la capital de la música en el país. Se suma de nuevo la ciudad de Bogotá, como una cuna que acoge el arte contemporáneo y el mercado del arte a nivel nacional e internacional, alrededor de eventos como: Artbo, la Feria del Millón y Barcú.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barreto. M. 2007. TURISMO Y CULTURA – Relaciones, contradicciones y expectativas. Pág. 22.)
- Bermúdez, E. (2008), Shivaldamán: Música de la Sierra Nevada de Santa Marta, Colombia, Fundación de Música.
- CITUR, (s.f.). *Centro de información turística de Colombia*. Obtenido de: <http://georeferenciacion.mincit.gov.co/>
- Conalcuta. (2010). *Consejo Nacional para la Cultura y las Artes*. Obtenido de <http://culturayeconomia.org/blog/consejo-nacional-para-la-cultura-y-las-artes/>
- Fernández, G. & Guzmán, A. (2003). *Desarrollo regional, turismo y rutas culturales*. Obtenido de: <http://perso.wanadoo.es/delocalmx/Ramos05.htm>
- Florez. (2014). *Festividades y la cultura*. México: Paidós editores.
- Fontur (2017). Plan Estratégico y de Negocios de Turismo Cultural. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/38576/plan_estrategico_y_de_negocios_de_turismo_cultural
- Fraga, M. (1989, octubre).El turismo, factor de desarrollo. *Turismo y Sociedad*, 4(2), 9-29.
- Gallard. A. (2013). “La música promueve el turismo”. Disponible en <http://www.boletin-turistico.com/inicio/item/4926-la-m%C3%BAAsica-promueve-el-turismo>. Recuperado el 18 de abril de 2018.
- Hughes,P. (1996). *El turismo cultural* . México : Paidós editores.
- Jiménez, L (1986) “Teoría Turística: un enfoque integral del hecho social”, Universidad Externado de Colombia, Bogotá Colombia.
- López, F. (2007, septiembre).Planificación territorial del turismo y sostenibilidad: fundamentos, realidades y retos. *Anuario Turismo y Sociedad*, 8, 51-68.
- Lopez. E. (2000). “El Ocio, perspectiva pedagógica”. *Revistas indexadas*. Pág. 70-78.
- Magadán. M. Rivas. J. (2015). “Turismo y tendencias” Septem ediciones. Pág. 48-51.
- Norris. Nicholson. (1997). *Turismo Indígena y experiencias culturales*. Pág. 128.
- Ochoa J, Convers L, Gaiteros y Tamboleros (2007) ,Pontificia Universidad Javeriana, Colombia.
- OMT. (2013). Resumen de los resultados. Estudio sobre el turismo y el patrimonio cultural inmaterial.

- Pastor, M. (2003). *El patrimonio cultural como opción turística*. Obtenido de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104_71832003000200006
- Pizano y Zuleta. (2014). *La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valoración de su impacto económico, cultural y social*. Bogotá: Panamericana editores.
- Revista Dinero. (2015). *Colombia es realismo mágico*. Obtenido de <http://www.dinero.com/economia/articulo/el-turismo-impulsa-economia-colombia-2015/212909>
- Robinson. M. (1999). Desarrollo turístico, cambios, cultura y conflicto. CAB International. Pág. 150.
- Rocha, R. (1992). "Metodología de la investigación aplicada al turismo". México: Editorial Trillas.
- Sandoval, J. (2009). *Fiestas culturales y el legado a la humanidad*. Bogotá: Norma.
- Treserras. J., (1990). *Patrimonio, turismo y desarrollo local: situación y perspectivas*. Obtenido de: http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1321272045_JJuan_PatrimTurDes.pdf
- Toselli, C. (2003). *Turismo cultural, participación local y sustentabilidad*. Obtenido de <https://eco.mdp.edu.ar/archivos/ptyr2-2016.pdf>
- UNESCO. (2010). *Cultura Desarrollo*, Obtenido de http://www.unescoetxea.org/dokumentuak/Cultura_desarrollo.pdf
- UNESCO. (2011). *Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura. ¿Que es el patrimonio cultural inmaterial?* Obtenido de <http://www.unesco.org/culture/ich/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>
- UNWTO, (2017). *El turismo internacional mantiene un crecimiento sostenido pese a las dificultades*. Obtenido de: <http://www2.unwto.org/es/press-release/2017-01-17/el-turismo-internacional-mantiene-un-crecimiento-sostenido-pese-las-dificultades>
- UNWTO, (2017). 2017 Año internacional del turismo sostenible para el desarrollo. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es/tourism4development2017>

3

**TURISMO Y SUSTENTABILIDAD EN ÁREAS
NATURALES PROTEGIDAS**

DIAGNÓSTICO DE LA DEGRADACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y ESTRATEGIAS DE MITIGACIÓN PARA EL MUNICIPIO DE TENA EN LA PROVINCIA DEL TEQUENDAMA

Investigadora Principal: Martha Cecilia Aldana Ortíz¹

mcaldanao@libertadores.edu.co

Docente Investigadora Programa de Administración Turística y Hotelera
Fundación Universitaria los Libertadores.

Perteneciente a la red de Coodtur y Coodestur

Coinvestigadores: Jeison David Castellanos Alfonso² y Erika Marcela Cárdenas Velásquez
Bogotá - Colombia

RESUMEN

El turismo es una dinámica que contribuye a fortalecer y desarrollar económica y socioculturalmente un territorio, además posee un gran componente ecológico porque tiene el reto de convivir en armonía con este; infortunadamente esta simbiosis no se presenta de forma equilibrada. A partir de la obtención de datos de fuentes secundarias, observación directa y recolección de datos, el artículo presenta una recopilación sobre varios casos de estudio en donde se evidencia la degradación de recursos naturales, entendiendo causas y consecuencias del detrimento de estos, identificando que estrategias se han planteado por parte de diferentes actores y la efectividad de estos frente a las problemáticas ambientales que enfrentan. Con base en ello, se determinaron los recursos naturales degradados en el municipio de Tena, en la Provincia del Tequendama y se proponen estrategias que sean viables para mitigar los impactos ambientales y ecológicos de las zonas afectadas e incentivar el desarrollo turístico sostenible.

Palabras clave: Degradación ambiental, recursos naturales, turismo.

¹ Hoja de Vida Investigativa (cvlac): http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001006827

² Pasantes de Investigación Fundación Universitaria los Libertadores (FULL). Ciclo Profesional del Programa de Administración Turística y Hotelera E-mail: jdcastellanosa@libertadores.edu.co, emcardenasv@libertadores.edu.co

Diagnostic of the degradation of natural tourist attractions and mitigation strategies for the tena's town in the tequendama's providence

ABSTRACT

The tourism is a dynamic that contributes to strengthen and develop economic and socioculturally a territory, also has a large ecological component because it have the challenge to live in harmony with this; unfortunately this sysmbiosis does not show up in a balanced way. Starting from the data obtaining of secondary sources, direct observation and data collection, the article presents a compilation about some study cases where it is evident the natural resources degradation uderstanding causes and consequenses of the detriment of these identifying which strategies they have raised by diferent actors and the effectiveness of these in front of the environmental problems that these face. Based on it, they were determintad the degraded natural resources in the Tena's township, in the Tequendama's Providence and strategies are proposed that are viable for to mitigate the environmental and ecological impacts of the affected areas and encourage sustainable tourism development.

Key words: Environmental degradation, natural resources, tourism.+

1. INTRODUCCIÓN

Las actividades económicas que ha desarrollado el hombre a través del tiempo ha causado repercusiones sobre el patrimonio natural de carácter tanto positivo como negativo; así mismo, las discusiones generadas a raíz de la degradación ambiental generada por los efectos negativos causados por estas actividades han sido bastantes. Es por ello que el turismo más que concebirse como otra actividad económica, posee un gran factor diferenciador y es que este se conoce como "la industria sin chimeneas", buscando la satisfacción del turista pero teniendo respeto por el entorno donde se desarrolle la actividad generando los menores impactos posibles; sin embargo cuando el turismo se desarrolla de manera desproporcional también causa altos efectos negativos sobre el patrimonio natural y cultural del destino.

(Almeida, 2010) menciona que las practicas o actividades turísticas pueden degradar los diferentes ecosistemas provocando daños irreversibles, si no se lleva a cabo un monitoreo y adecuado manejo de sus actividades. Por su parte, Ramírez, Zizumbo y Vera (2009) también describen que la excesiva acumulación de turistas en determinadas temporadas del año y la realización de actividades turísticas y recreativas sin control alguno, provocan significativos impactos ambientales; dentro de estos impactos se encuentran la contaminación arquitectónica, abuso de recursos naturales y culturales, tala de árboles, acumulación de basuras y desperdicios,

contaminación del agua, entre otros. De esta manera, el estudio que se lleva a cabo acerca de la degradación que han sufrido los recursos naturales en la Provincia del Tequendama ubicada en el Departamento de Cundinamarca especialmente en el municipio de Tena, requiere de un estudio que permita evidenciar, de qué manera las actividades económicas propias de allí incluyendo al turismo, están afectando a estos ecosistemas causando en ellos huellas ambientales negativas. Por consiguiente, bajo los parámetros de la guía de Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos elaborado por la OMT (2005) ¿Qué actividades del sector turístico están provocando degradación y/o desequilibrios ecológicos sobre los recursos naturales del municipio de Tena – Provincia del Tequendama?

2. OBJETIVO

Analizar la degradación de los recursos naturales del Municipio de Tena, en la Provincia del Tequendama, a partir de las actividades turísticas desarrolladas.

3. METODOLOGÍA

El desarrollo metodológico del presente estudio tiene un enfoque cualitativo el cual “se basa en una lógica y un proceso inductivo (explorar, describir y generar perspectivas teóricas); Encaminadas desde lo particular a lo general (...). Este tipo de enfoque usa la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Sampieri, 2010). El proceso realizado de recolección y análisis de información son fases que se realizan de manera simultánea. No se efectúa una medición numérica, por lo cual el análisis no es estadístico, ya que su principal objetivo es comparar e indagar el estado de degradación de los recursos naturales de la provincia del Tequendama con otros casos nacionales e internacionales con los respectivos planes de acción que se han llevado a cabo desde el sector turístico para contrarrestar esta problemática, desarrollar un diagnóstico y posterior a ello generar estrategias y/o herramientas de diferente tipo que permitan disminuir la degradación de los recursos naturales de la provincia del Tequendama.

4. RESULTADOS DE OBSERVACIÓN

Para llevar a profundidad la investigación, luego de la documentación con fuentes secundarias se realizó una exploración in situ con destino a algunos atractivos turísticos de diferentes municipios de la provincia del Tequendama, los cuales fueron la Mesa, Apulo, Cachipay y Tena, con el objetivo de conocer la situación actual en la que se encuentran los atractivos naturales de esta zona.

De esta manera, englobando la fase diagnóstica y mencionando a modo general de lo encontrado en cada lugar, se observó que la degradación en estos espacios turísticos es causada por algunas de las actividades económicas que se ejecutan en este lugar como la curtiduría que provoca en gran medida el vertimiento de aguas negras no solo al río Bogotá sino también a otros afluentes que conectan con este, por otra parte, el abandono o la falta de mantenimiento en la infraestructura de estos espacios causa no solo una degradación estética sino también ambiental ya que elementos como metales, hierro, acero, el óxido de aluminio, entre otros emiten gases contaminantes además de la oxidación causada por factores como la humedad, la temperatura y el sol. Otro de los principales causantes de contaminación, es el exceso de residuos sólidos y líquidos que se generan en diferentes lugares, especialmente en los de alto tránsito turístico y la falta de gestión en el manejo y manipulación de estos además de la falta de conciencia ambiental por parte de turistas y pobladores. A nivel de oferta hotelera y gastronómica, se identificaron algunos establecimientos que no cumplen con los requisitos mínimos de saneamiento.

Por otra parte, factores igualmente importantes que perturban la correcta ejecución de la actividad turística es la accesibilidad; ya que se observó la falta de señales informativas, algunas vías de acceso se encontraron en mal estado aumentando los riesgos de accidentalidad; así mismo se evidencia la falta de capacitación de prestadores de servicios turísticos y desconocimiento de su territorio. (Véase ilustración 9, 10, 11 y 12)

4.1. Tena

Reconocido como el Manantial del Tequendama, se observó que algunas actividades económicas de la región se llevan a cabo de manera desmedida y por ende provocan contaminación en el ambiente; la infraestructura de algunos lugares se encuentra en descuido por parte de entes públicos y privados, y la accesibilidad para ingresar a los atractivos que se encuentran allí es compleja, puesto que no existe una debida señalización que permita llegar fácilmente al destino, de igual forma no se observaron canecas o recipientes o “puntos ecológicos” para depositar los residuos que arrojan los visitantes en los atractivos, es decir que actualmente no se están ejecutando programas de limpieza en las zonas, especialmente en las más afectadas. También se evidenció que el recurso hídrico del municipio es uno de los más amenazados debido a la contaminación provocada por los causales mencionados anteriormente. Si bien esto no solo afecta al desarrollo del turismo sino que también al desarrollo sostenible del municipio y por supuesto generando dificultades en la salud de las personas y los animales.

Continuando en este municipio, se toma como caso principal a La Laguna de Pedro Palo, allí sucede una situación particular y es que luego de la restricción del público en el lugar, la Laguna quedó en completo abandono, no se han realizado programas de reforestación, solo hay una persona que cuida este lugar como “guardaparques” aunque nunca he tenido ningún tipo de formación o capacitación por parte de entidades, además se pudo observar la gran disminución

del nivel del agua que ha tenido la laguna en los últimos veinte años debido a los cambios climáticos, también se observa como la maleza ha inundado los alrededores de la Laguna.

Sin embargo cabe resaltar que en el análisis de fuentes secundarias se puede dar cuenta de que la Alcaldía Municipal no solo destaca al turismo en su Plan de Desarrollo sino que también impulsan programas de educación ambiental especialmente para los pobladores y niños, pero aun así se siguen observando carencias como la actualización y publicación de su inventario turístico en su página web, ejecución de otros proyectos e impulso y posicionamiento del municipio como destino.

De otra parte según el resultado de las encuestas aplicadas, a modo general se concluye que los habitantes del municipio de Tena, reconocen que con una buena planificación, es posible desarrollar una oferta turística debido a los múltiples atractivos con los que cuenta, que sea responsable con el medio ambiente y que sea generadora de recursos municipales. Además muestran preocupación porque mencionan que cuando los turistas acuden a los diferentes lugares dejan muchos residuos que contaminan el lugar; se determinó también que a pesar de que la Laguna de Pedro Palo es un predio cerrado al público, la población aun la reconoce como un lugar abierto a los turistas. Finalmente, manifiestan que como se consideran un pueblo pequeño no precisan la existencia de una oficina de turismo, ni policía de turismo y no hay programas por parte de la alcaldía que incentiven específicamente esta dinámica ya que ellos no reciben ningún beneficio económico además de no contar con programas de formación que les brinde capacitaciones referente al sector.

4.2. Estrategias

Con esta fase diagnóstica, se identifican los puntos más neurálgicos, los cuales se proponen ser tratados con diferentes estrategias de mejora que efectivamente respondan a corregir o mitigar en la mayor medida posible las problemáticas presentadas, basados en diferentes aspectos divididos en el ámbito sociocultural, ambiental, económico, de seguridad, de infraestructura y de promoción; y teniendo en cuenta como referentes de construcción los siguientes lineamientos:

- El Esquema de Ordenamiento Territorial (EOT) de Tena, Cundinamarca.
- El Plan de Desarrollo del municipio de Tena 2016 – 2019.
- Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente (Decreto Ley de 1974)
- Normas Técnicas Sectoriales Colombianas (NTS).
- Manual de identidad visual.
- Manual de Marketing de destinos.
- Política de Turismo de Naturaleza.

- Política para el Desarrollo del Ecoturismo.
- Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario
- Lineamientos para el Ecoturismo Comunitario en Colombia.
- Agricultura Sostenible.
- Plan Estratégico de Seguridad Turística.
- Objetivos del desarrollo sostenible.
- Asistencia Técnica en Planificación del Turismo.
- Política Nacional para la Gestión Integral del Recurso Hídrico.
- Indicadores de Desarrollo Sostenible para los destinos Turísticos – OMT.

Bajo el amparo y cumplimiento de estos lineamientos, guías, políticas y normativas y contribuyendo a la visión proyectada por el municipio, se realizó una transversalidad de la información articulando y consolidando las estrategias que como se mencionó, buscan dar solución a las problemáticas establecidas en el diagnóstico de esta investigación. Lo más propicio para la manifestación de esta propuesta, es la presentación de esta, en la articulación de mesas de trabajo con la Alcaldía Municipal y la CAR primordialmente. Dichas estrategias están definidas de la siguiente manera:

4.2.1. Estrategia Sociocultural

- Para generar la inclusión de la población local en el desarrollo turístico de la región, se sugiere fomentar las habilidades de los jóvenes a través de capacitaciones o programas académicos y prácticos de turismo, en temas orientados al turismo municipal, idiomas extranjeros y servicio al cliente; se pretenden que estos sean apoyados por la alcaldía municipal y entidades como el Servicio Nacional de Aprendizaje.
- Fortalecer el turismo en el municipio a través de ferias, basares y eventos culturales en donde se promocionen los atractivos naturales potenciales de Tena de manera integral.
- Fortalecer la identidad cultural del municipio.
- Delimitar las zonas de suelos aptos para cultivos, implementado estrategias de protección frente a posibles desastres ambientales y plagas, y fortaleciendo al municipio en sus productos autóctonos como el cultivo de mora, café, plátano, tomate de guiso entre otros, lográndolo ofrecer en el mercado tanto local como transitorio (turistas) para su consumo.

4.2.2. Estrategia Ambiental

- Disminuir los niveles de contaminación por residuos sólidos de los atractivos naturales establecimientos de alojamiento y restaurantes a partir de la recolección de desechos e instauración de puntos ecológicos para separar estos desechos. Esto se pretende realizar con el apoyo de la empresa prestadora del servicio de saneamiento ambiental del municipio en primera instancia o en su defecto con licitaciones a terceros.

- Realizar programas de monitoreo y control de gestión de los territorios en el uso del suelo y en los recursos hídricos, controlando su explotación y los factores causantes de contaminación. Estos impactos se clasificarán dentro de los siguientes ítems:

- *Pérdida de biodiversidad
- *Contaminación por basuras
- *Contaminación del suelo

- *Contaminación hídrica
- *Contaminación sonora
- *Contaminación visual

*Inclusión de especies depredadoras en la fauna y flora nativa

- Revisar el plan de actividades de la Empresa encargada del Saneamiento del municipio, para redefinir estrategias de ejecución y planes de reciclaje.
- Incentivar programas de reforestación en áreas deforestadas.
- Capacitaciones para la creación de abono orgánico, para lograr disminuir los niveles de contaminación del agua de la Microcuenca Quebrada Honda.
- Mantenimiento de las áreas naturales que son utilizadas como espacios para realizar actividades turísticas rescatando los sitios de interés.
- Ejecutar un programa para monitorear la calidad del agua y hacer un uso eficiente de esta.
- Gestionar charlas de informativas y de sensibilización a turistas por parte de los pobladores locales para el cuidado de los recursos ambientales en los recorridos.
- Establecer la capacidad de carga que soporta cada atractivo natural turístico del municipio para no saturarlo y contrarrestar efectos nocivos sobre estos a causa del turismo.

4.2.3. Estrategia Económica

- Fomentar y apoyar programas de emprendimiento para los habitantes locales con el fin de incentivar la creación de empresa de viajes y turismo, hospedaje y gastronomía propios en el municipio.
- Gestionar recursos financieros limitados para la ejecución de las propuestas descritas.
- Realizar un balance cuyas contrapartidas sean el comportamiento actual de las actividades económicas y sus ingresos frente al turismo con sus respectivos ingresos.
- Incentivar y aumentar la generación de empleo para los pobladores de municipio.

4.2.4. Estrategias para la Infraestructura

- Realizar una delimitación de las zonas del municipio destinadas al desarrollo de actividades turísticas
- Identificar las potencialidades turísticas de cada una de las once veredas que conforman el municipio
- Mejorar las vías de acceso en los sitios naturales sin afectar los caminos reales nacionales.
- Mejorar las rutas de transporte municipal.
- Incrementar la señalización turística hacia los atractivos del municipio.
- Legalizar los establecimientos dedicados a la prestación de servicios turísticos.

4.2.5. Estrategias de Promoción

- Realizar rutas turísticas o itinerarios que involucren los puntos más afectados de deforestación en el municipio, con el fin de realizar actividades que incluyan la

siembra de árboles por parte de turistas y locales para fomentar la reforestación en la zona.

- Adecuar un punto de información turística (PIT) en las instalaciones de la alcaldía municipal donde no solo se brinde información del municipio y de la región sino que también sea promotora de los atractivos turísticos.
- Desarrollo y fortalecimiento del producto turístico (Turismo de naturaleza).
- Actualizar y desarrollar el inventario turístico faltante, y crear un directorio de cómoda comprensión de las facilidades turísticas del municipio.
- Diseñar una marca que pueda reconocer el municipio a nivel de turismo local y regional.

5. CONSIDERACIONES FINALES

Las exploraciones realizadas y revisiones documentales muestran como la degradación de atractivos turísticos naturales, están causando problemas y preocupación a nivel global; sin embargo, todavía hay una esperanza de recuperar parte de tantos recursos afectados empleando diferentes estrategias y metodologías para la protección de estos. Es por eso que, es el turismo desarrollado de manera adecuada y planificada puede contribuir a su protección sin dejar de lado una actividad económica. En el caso de Tena, el foco de esta investigación, se puede evidenciar que a pesar de observar una inminente degradación de sus recursos naturales, se puede potencializar el municipio como destino turístico ejecutando la serie de recomendaciones realizadas anteriormente en conjunto, ya que cuenta con un gran potencial en Turismo de Naturaleza. En términos generales, esta actividad se podría establecer como otra fuente de ingresos para el municipio mejorando su economía, al tiempo que favorece la calidad de vida de sus habitantes y sobre todo porque de esta manera se cuidaran y protegerán en mayor medida sus recursos naturales. Que en esencia, es el equilibrio que debe existir para que un territorio se desarrolle de manera sostenible.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaldía municipal de Tena. (2000). Diagnostica esquema de ordenamiento territorial (EOT). Recuperado de <http://www.observatorioambientalcar.co/archivos/1390808554diagnosticoterritorialporsubsystemaseottena.pdf>
- Alcaldía municipal de Tena. (2010). Plan de desarrollo turístico de tena "turismo de calidad, en armonía, con la naturaleza". Recuperado de <http://tena->

- cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/62616636613131633264303730396436/plan_turistico_de_tena.pdf
- Almeida, r. (2010). Turismo sustentável na planície costeira de cananéia-iguape e ilha comprida, 14.
- Ángel, j. B. (2000). La investigación-acción: un reto para el profesorado: guía práctica para grupos de trabajo, seminarios y equipos de investigación (vol. 12). Inde.
- Arias, f. G. (1999). El proyecto de investigación. Fideas g. Arias odón.
- Artuz, L., Martínez, m. & morales, c. (2011) las industrias curtiembres y su incidencia en la contaminación del río Bogotá, 1-11.
- Azqueta, Diego (2002), introducción a la economía ambiental, McGraw-Hill, Madrid.
- Benavides, E., & Rotarou, e. (2013). Impactos ambientales y desafíos del desarrollo turístico en isla de pascua. Gran tour, (7), 39-59.
- Corporación autónoma regional de Cundinamarca. (CAR). (2007). Áreas protegidas del territorio car. Imprenta nacional de Colombia. Bogotá, Colombia. 78-105 p.
- De Vincentiis, g. (2012). La evolución del concepto de desarrollo sostenible. Medio ambiente & derecho: revista electrónica de derecho ambiental, (23).
- Delgado, a. (2015). Formulación de modelo de gestión administrativo ambiental para el sector turístico en el salto de las monjas, inspección de la esperanza, en el municipio de la mesa, Cundinamarca, 8-12.
- Dernbach, J. (2003). Achieving sustainable development: the centrality and multiple facets of integrated decisionmaking. Recuperado de <https://www.repository.law.indiana.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1256&context=ijgls>
- Departamento nacional de planeación. & unidad administrativa especial de desarrollo territorial. (1997). Valoración del impacto ambiental de la gran industria manufacturera del distrito capital. Bogotá: dnp.
- Díaz, a. E. (2013) determinación de los impactos ambientales del turismo en el lago Sochagota de la ciudad de Paipa.
- Garza, M., Tamayo, J. F., Borja, M., & Álamo, v. (2016). Mejores prácticas para el uso racional del agua en la industria hotelera de la Riviera Maya, Quintana Roo, México. Turydes, 9(20).
- Fernández, F. G., & Sánchez, N. M. R. (2016). Implementación de sistemas de gestión integral sustentable para destinos turísticos, caso de estudio parque nacional natural Utría, playa la aguada–Colombia. Revista espiga, 15(31), 13-29.
- Guevara, o. G., & torres, d. S. (2016). Análisis urbano ambiental del espacio litoral del municipio de Coveñas en el departamento de sucre–Colombia. Procesos urbanos, (3), 99-107.
- Gurria, m. (2009). Introducción al turismo. México, D.F.: editorial trillas.

Haro-Martínez, A. A., & taddei-bringas, i. C. (2014). Sustentabilidad y economía: la controversia de la valoración ambiental. *Economía, sociedad y territorio*, 14(46), 743-767.

Hernández, m., rosales, n. & cortes, s. (2011). Riqueza y diversidad florística de un bosque de niebla subandino en la reserva forestal laguna de pedro palo (tena) Manocambiada (2018). Recurso en línea a través de: www.manocambiada.org/es/

EL ECOTURISMO COMO ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO SOCIOAMBIENTAL EN EL MARCO DE LA REGIÓN ADMINISTRATIVA DE PLANIFICACIÓN ESPECIAL (RAPE)

Mg. Maritza Real Anzola¹
Mg. Iván Fernando Amaya Cocunubo²

Resumen

La investigación identifica los territorios que han sido objeto de explotaciones agrícolas y susceptibles de implementar estrategias para el desarrollo del ecoturismo, en el marco de la Región Administrativa y de Planificación Especial (RAPE) en Colombia. El estudio permitió establecer cuales territorios de la región poseen vocación ecoturística, caracterizó las condiciones ecológicas, institucionales y sociales de los municipios y planteó estrategias de planificación del ecoturismo. La investigación fue descriptiva-analítica, fundamentada en procesos de investigación acción participación. Se revisaron: planes de desarrollo, estudios ambientales de los municipios y se analizó la información recolectada a través de entrevistas semiestructuradas, encuestas y talleres con la comunidad. Dicha información define el cumplimiento de los indicadores que precisa la vocación ecoturística de los municipios y permitió identificar los actores sociales y sus posiciones respecto al ecoturismo. Finalmente, se estableció que los municipios identificados como poseedores de vocación ecoturística, pueden conformar un corredor estratégico para el desarrollo ecoturístico; ya que cuentan con apoyo gubernamental y social para su desarrollo, a pesar de la falta de claridad del concepto reinante en la región.

Palabras clave: actores sociales, vocación, territorios, apoyo gubernamental.

Abstract

The research identifies the territories that have been subject to agricultural operations and susceptible to implement strategies for the development of ecotourism, within the framework of the Administrative and Special Planning Region - RAPE, Cundinamarca Colombia. The study made it possible to establish which territories of the

¹ Facultad de Ciencias Sociales, Programa de Turismo, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Colombia. mreal@unicolmayor.edu.co

² Facultad de Ciencias Sociales, Programa de Turismo, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Colombia. ifamaya@unicolmayor.edu.co

region have an ecotourism vocation, characterized the ecological, institutional and social conditions of the municipalities and proposed ecotourism planning strategies in the defined territories. The investigation was descriptive-analytical, based on participatory action research processes. The methodological strategy was carried out by reviewing: development plans, studies of the environmental characteristics of the municipalities and the information collected through semi-structured interviews, surveys and workshops with the community, with this information the compliance of the indicators that define the ecotourism vocation and the social actors of the municipalities were identified, as well as their positions regarding ecotourism. Finally, it was established that the municipalities identified as possessing an ecotourism vocation, can form a strategic corridor for the development of this type of tourism, they have governmental and social support to develop projects with ecotourism tendencies, despite the lack of clarity of the ecotourism concept prevailing in the region.

Keywords: social actor, vocation, territories, government support

INTRODUCCIÓN

Colombia ha venido transitando por una larga etapa de conflicto cuyos impactos evidentemente se han hecho sentir en la calidad de vida de sus habitantes, con especial énfasis en aquellas regiones en las que históricamente no ha hecho presencia el estado. Por esto, en Colombia se estableció la ley orgánica de ordenamiento territorial LOOT (Diario Oficial, 2015) junto con las unidades territoriales administrativas y de planeación especial RAPE (**Rape, s. f.**). La RAPE pretende generar mayor presencia estatal en los territorios; apoyando las iniciativas comunitarias de desarrollo sostenible y generando procesos de estabilidad a través del fortalecimiento del capital social, la gobernanza y la solidaridad. El ecoturismo contribuiría en el desarrollo de dichas metas. consolidando redes sociales, empoderamiento y contribuyendo a la construcción de ciudadanía y gobernanza territorial. Enmarcado en el respeto por la naturaleza y el patrimonio cultural, el ecoturismo puede ser una estrategia de conservación, que mejore y mantenga los valores culturales y naturales de la zona (Parques Nacionales Naturales de Colombia, 2013). La presente investigación identificó la vocación ecoturística de los municipios de la RAPE, los posibles actores sociales y su posición respecto al ecoturismo y así proponer estrategias para el desarrollo del ecoturismo. Parques Nacionales Naturales de Colombia propone una metodología para identificar los parques naturales que poseen vocación ecoturística, resolución 0531 del 29 de mayo del 2013 (Ministerio de Medio Ambiente y

Desarrollo Sostenibles, 2013). Esta define los indicadores ecológicos, institucionales y sociales que posibilitan el desarrollo del ecoturismo, los cuales fueron adaptados para la presente investigación.

OBJETIVOS

Establecer los territorios de la región con potencial para el desarrollo del ecoturismo en la Región Administrativa de Planificación Especial - **RAPE**

- Identificar los territorios susceptibles de implementar estrategias para el desarrollo del ecoturismo, en la región administrativa de planificación especial RAPE
- Establecer los actores y sus posiciones respecto a la implementación de propuestas relacionadas con la conversión productiva a actividades ecoturísticas
- Definir las estrategias de desarrollo del ecoturismo en los territorios establecidos.

METODOLOGÍA

La investigación es descriptivo-analítica (Delgado & Gutiérrez, 2009), fundamentada en procesos de investigación acción participativa (Florencia Zapata & Vidal Rondán, 2016). Los objetivos se desarrollaron por medio de: revisión de estudios y planes de desarrollo, caracterización ambiental del territorio, identificación de actores sociales y sus posiciones respecto a la implementación del ecoturismo, además, se propusieron las estrategias de desarrollo del ecoturismo. Los criterios de selección de los municipios fueron: municipios con páramos con más alto grado de transformación, con páramos que no hacen parte de un complejo de páramos y con páramos que no hacen parte de un parque nacional natural. El análisis de la vocación ecoturística de los municipios seleccionados, se hizo por medio de la metodología definida para Colombia en la resolución 0531 del 29 de mayo del 2013. De los ocho criterios e indicadores de la vocación ecoturística definidos para parques naturales, se adaptaron siete: criterio uno; áreas del municipio, que presentan fragmentos de ecosistemas con presiones antrópicas, donde el ecoturismo es alternativa de conservación, productiva y complementaria, criterio dos; fragmentos de ecosistemas que tengan tendencia sostenida o en aumento en el ingreso de visitantes, criterio tres; fragmentos de ecosistemas incluidos en planes de trabajo que involucren actores relacionados con el ecoturismo, criterio cuatro; existencia de condiciones políticas y de planeación necesarias para el desarrollo del ecoturismo, criterio cinco; fragmentos de ecosistemas que tienen mayor accesibilidad, criterio seis;

fragmento de ecosistema que tiene infraestructura para el desarrollo del ecoturismo, criterio siete; municipios que realizan trabajo conjunto con comunidades locales en procesos productivos.

Los criterios son cuantificados de acuerdo a una escala de aplicación cualitativa que varía de cero a uno, donde cero (0) corresponde a los municipios que no poseen vocación ecoturística, uno (1) los municipios que poseen vocación ecoturística y los puntajes de cero punto cinco (0,5) corresponden a municipios con un nivel intermedio (Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2013). Los actores sociales identificados con las encuestas y entrevistas participaron en el taller de cartografía social y árbol de sueños, miedos y compromisos para definir la conceptualización del ecoturismo en la zona, la aplicación que se hace de este y las características sociales y ecológicas del municipio.

RESULTADOS

Territorios susceptibles de implementar estrategias de ecoturismo

Debido a que el grado de transformación de los páramos en Colombia es de más del 13%. El territorio de páramos protegidos en la cordillera oriental es del 37% y la transformación de estos es del 20% (Cortés & Sarmiento, 2013). Se consideró que los municipios de la RAPE en los que se deben generar procesos de recuperación y conservación por medio del ecoturismo son: Cucaita, Tunja, Sora Chivatá Tibasosa, Soracá, Tocancipá, Gachancipá, Zipacón, Nemocón, Suesca Cucunubá. Estos poseen páramos con alto grado de transformación, no hacen parte de un complejo de páramos y poseen páramos que no están dentro de un parque nacional natural. Para definir cuáles de estos municipios cumplen con los criterios e indicadores de la vocación ecoturística, se aplicaron 30 entrevistas semiestructuradas y encuestas, a las autoridades de turismo de los gobiernos municipales y líderes comunitarios. Con la información obtenida se estableció que el municipio de Guasca que lindera con el Parque Nacional Natural Chingaza y Guatavita, a pesar de no cumplir con los criterios de selección iniciales, debe ser incluido en el análisis de la vocación ecoturística, por sus características ecológicas y el interés en el ecoturismo que tiene la comunidad.

Al hacer la valoración cuantitativa a los criterios e indicadores colectados en los municipios de interés se define que los municipios que poseen vocación ecoturística son: Tocancipá, Sutatausa, Nemocón, Guasca y Guatavita. Municipios como Tocancipá y

Nemocón, no fueron incluidos en los talleres comunitarios, ya que sus principales actores sociales fueron indiferentes ante el proceso planteado, a pesar, de haber obtenido una puntuación por encima de cuatro, en la valoración de la vocación ecoturística, lo que según la metodología implementada categorizaría a estos municipios como poseedores de vocación ecoturística. El municipio de Sesquilé, por la falta de planificación y proyección gubernamental, no posee el carácter de vocación ecoturística y el puntaje obtenido fue inferior a cuatro, sin embargo, cuenta con patrimonio natural y con el interés en el desarrollo del ecoturismo de líderes comunitarios; propietarios de predios ricos en recursos naturales, representantes gubernamentales y campesinos de la región, por lo que se integra en la parte de talleres con la comunidad. Se establece que los municipios de Guasca y Guatavita poseen vocación ecoturística y un incipiente interés tanto gubernamental como social en el desarrollo del ecoturismo. Guasca, Guatavita y Sesquilé pueden conformar un corredor estratégico para el desarrollo del ecoturismo en la región.

Actores y posiciones respecto al ecoturismo

Los actores sociales identificados son: propietarios de reservas de la sociedad civil, líderes comunitarios, miembros de asociaciones campesinas, prestadores de servicios turísticos, autoridades municipales, propietarios de fincas, miembros de instituciones educativas. Los fragmentos de ecosistemas y lugares aptos para el desarrollo del ecoturismo identificados en los municipios son: **Sesquilé** ecosistemas: Embalse Tominé, Cerro Las Tres Viejas, Cerro Covadonga, Páramo Sesquilé, Alto la gloria, Humedal Laguna del Cacique de Guatavita, lugares: La Casona, Las Salinas, El Castillo G Martínez, La estación de ferrocarril de Sesquilé, Horno de Sal, La Capilla el Hato, Cabildo Kichwa, Cabildo Muisca, Amuses, **Guasca** ecosistemas: Páramo Chingaza, Laguna de Siecha, Zona de protección, Cerro las Águilas, Complejo Pionono, Reserva Biológica el Encenillo, Bosque, Cerro el Santuario, Laguna Panda, Cuchilla de Guasca, Bosque de la Concepción, Bosque Guajira Carpatos, Bioandina, El Palmar, Reserva Vista Hermosa, Reserva Natural Montequiva, lugares: Finca agroecológica San Luis, Jardín Colibrí, Humedales artificiales, Jicuri, Floresta II, **Guatavita** ecosistemas: Reserva del Tominé, Montesillo, Parque Natural Vista Hermosa, lugares: espacio de vestigio cultura Herrera, **Sutatausa** ecosistemas: Laguna de Palacios, Rio Aguarrus, Farallón de Sutatausa, Quebrada de Cantagrillo, Rio Chirtoque, Rio Suta, Monte Verde, Rio Agua Clara, Reserva Hato, lugares: Petroglifos, Los Molinos

Utilizando la información del árbol de sueños, miedos y compromisos de cada municipio, se elaboran las matrices DOFA; de los miedos se derivan las debilidades y amenazas y de los sueños las fortalezas y oportunidades. Sesquilé posee según los actores sociales, arraigo cultural e interés por el cuidado de los recursos naturales. La comunidad quiere que el municipio sea reconocido como gestor del ecoturismo en asociación con sus vecinos de Guasca y Guatavita. El trabajo ecoturístico en asociación con los municipios vecinos, generará cambios de comportamientos por parte de los locales y visitantes. La unión comunitaria, la educación ambiental y el arraigo cultural serán el escudo protector contra colonos e intrusos que quieran aprovecharse del trabajo comunitario. La capacitación respecto al desarrollo del ecoturismo, permitirá el uso sostenible de los recursos y el desarrollo planificado del ecoturismo, para así, minimizar impactos y fortalecer la defensa del territorio.

En Guasca el interés de la comunidad por proteger el ambiente, el patrimonio cultural y el fomento del sentido de pertenencia, se apoyará con el desarrollo de proyectos sostenibles que involucren a los jóvenes con nuevos paradigmas de desarrollo. Lo que permitirá el reconocimiento de Guasca como un ecomunicipio que propicie cambios políticos en un territorio de paz. El reconocimiento nacional de Guasca como un ecomunicipio propiciará cambios políticos que detengan y normaticen los procesos constructivos; estos deberán estar orientados hacia el respeto de los ecosistemas y paisajes, lo que posibilitará el desarrollo sostenible y una gobernanza libre de corrupción. El interés de la comunidad por proteger el ambiente y el patrimonio se enriquecerá involucrando el concepto de sostenibilidad, el cual sustentará estrategias de financiación y educación que posibiliten el desarrollo de procesos turísticos y económicos que protejan el ambiente. La capacitación, protegerá el territorio de procesos económicos no sostenibles.

En Guatavita el respeto por la diferencia generará un ambiente social de tolerancia y verdad y permitirá que la comunidad se una en torno al desarrollo de objetivos comunes. La verdad será predominante en los procesos y permitirá un desarrollo sostenible. Posibilitando la definición de objetivos de desarrollo comunes en la comunidad y facilitando la unión de esta. En Sutatausa se busca proteger los recursos naturales y culturales, generar productos ecoturísticos que posibiliten alianzas y un desarrollo sostenible con lo que se reconocerá el municipio como gestor del ecoturismo nacionalmente. Al propiciar procesos de formación para la gestión del ecoturismo se desarrollarán y fortalecerán productos ecoturísticos que desincentivarán iniciativas

turísticas no sostenibles. Las capacitaciones respecto al ecoturismo, evitarán que productos turísticos no sostenibles proliferen en el municipio.

Contradictoriamente, en los municipios clasificados como poseedor de vocación ecoturística, los actores sociales desconocen el concepto de ecoturismo y lo confunden con otras tipologías de turismo. Esta situación, se refleja en la improvisación de los productos ofertados y la desvirtualización de la práctica del ecoturismo, lo que fácilmente se puede convertir en turismo de masas.

Lineamientos y estrategias de desarrollo del ecoturismo en los territorios

De acuerdo a la revisión bibliográfica y al proceso de investigación, se proponen los siguientes lineamientos y estrategias para los territorios objeto de la presente investigación:

Zonificación

Busca dar un uso ecoturístico adecuado a la zona y debe definir: las actividades prohibidas e incompatibles en el área. Resistir todo tipo de presión social, económica y política para preservar zonas que puedan utilizarse turísticamente en el futuro o queden como áreas integrales donde los recursos naturales no se afecten por el ecoturismo. Se debe asegurar que la zona cuente con atributos biofísicos, presencia de especies raras o exóticas, diversidad biológica, especies de interés, escenarios vistosos, clima favorable y que sea un lugar único a nivel regional, nacional o internacional y atributos socioeconómicos; así como, proximidad a un centro de población, fácil acceso, compatibilidad de lo turístico con otras actividades del lugar (Nature Conservancy, United States, y Agency for International Development, 2005).

Protección de la zona

El establecimiento de una zona protegida genera costos que la comunidad debe afrontar tales como, pérdida de ingresos o empleos por uso extractivo de los recursos, necesidad de un manejo continuo, pérdida de productos de subsistencia, molestias provocadas por el turismo, incremento de los costos de vida de la zona, llegada de emigrantes, necesidad de importar productos demandados por el turista. Los beneficios generados por la conservación del lugar son: servicios ambientales, mantenimiento de unos recursos utilizables, incremento del nivel de vida de la zona, mejora en infraestructura, empleo directo e indirecto, ingresos por divisas, ingresos por la llegada de turistas nacionales, potenciación de otras actividades económicas. Durante la

planificación de un proceso ecoturístico se debe informar a la comunidad de las ventajas y los inconvenientes del mismo, para lograr su apoyo e involucramiento en el proceso (Drumm, 2005).

Realización de un inventario de recursos

Para desarrollar un inventario de ecoturismo es importante tener claro que no se trata de inventario biológico o de recursos y atractivos turísticos sino de un inventario de recursos ecoturísticos los cuales se clasifican en focales; son los elementos naturales o culturales que distinguen el sitio, complementarios; son elementos naturales o patrimoniales que son un motivo de interés adicional en el sitio y de apoyo; son elementos de infraestructura necesarios para el desarrollo del turismo. (Jiménez Bulla, 2013).

Estudio del tipo de visitantes potenciales

Para tratar de satisfacer las necesidades de los visitantes, con los recursos disponibles se deben realizar estudios de factibilidad que determinan si es viable ejecutar el proyecto ecoturístico. Analizando el mercado (a quien se va a ofrecer), aspectos técnicos (que se necesita), localización (donde se realizará), financieros (presupuesto de inversión, punto de equilibrio, rendimiento esperado), legales (normativa a tener en cuenta), problemas ecológicos, sociales y económicos. Estudio de mercado que define lo que quiere el visitante y lo que ofrece el territorio. Analiza la demanda: número, tipo de visitantes, momento de llegada y sus necesidades, permanencia promedio. Análisis de la oferta, inventario y categorización del producto turístico, servicios, competencia, promoción y comercialización (Nature Conservancy et al., 2005).

Establecimiento de objetivos a conservar

Se deben definir las metodologías a implementar para proteger el ecosistema. Estudios de especies, planes de interpretación ambiental (Sandoval S y Ewaldo R, 2007) y Sensibilización (Parques Nacionales Naturales de Colombia, 2013). Planes de manejo y operativos; que organizan y priorizan el trabajo para cumplir con los objetivos de conservación y sostenibilidad a largo y corto plazo.

Estudio de la gestión de los visitantes

Las auditorías ecológicas, los estudios de impacto ambiental (EIA), capacidad de carga, límites para un cambio aceptable (LAC), gestión del impacto ambiental de los visitantes (VIC) y proceso de gestión de la actividad de los visitantes (VAMP) (Nature

Conservancy et al., 2005) (Sandoval S y Ewaldo R, 2007). Permiten definir las acciones a desarrollar para cumplir con los objetivos de conservación propuestos.

Sistemas de monitoreo

Permite definir qué factores ambientales se están viendo afectados, con cuales acciones. El monitoreo debe definir indicadores claros y medibles. Esta información permitirá decidir qué acciones eliminar para minimizar los impactos ambientales, el monitoreo debe estar diseñado en concordancia con los estudios de gestión de los visitantes.(Parques Nacionales Naturales de Colombia, 2013).

CONCLUSIONES

Los municipios de Guasca, Guatavita y Sesquilé poseen vocación ecoturística, con un incipiente interés tanto gubernamental como social respecto al desarrollo e implementación de proyectos ecoturísticos. Estos municipios pueden conformar un corredor ecológico estratégico, que bien planificado, puede ser la base del ecoturismo en la región. La planificación propuesta se define por: zonificación, protección de las zonas, inventario de recursos ecoturísticos, estudios del tipo de visitante, establecimiento de los objetivos a conservar, estudios de la gestión del visitante y la definición de sistemas de monitoreo. En el caso particular de Sesquilé, se evidencia el interés de la comunidad por generar alianzas con sus vecinos de Guatavita y Guasca, y se reciente que no se les incluya en los procesos turísticos. Estas comunidades, se interesan por tener el reconocimiento como dueños del territorio y quieren ser involucrados en el desarrollo del turísticos a nivel regional y nacional. Sin embargo, en la actualidad se adelantan procesos turísticos gubernamentales no participativos como es el caso del parque turístico en el Embalse Tominé, Guasca por su parte posee riquezas naturales que se han integrado en iniciativas que apuntan a la conservación de los ecosistemas, sin ser estas propuestas ecoturísticas del todo. Guatavita presenta un proceso fuerte de colonización y las propuestas turísticas se caracterizan por una frágil actividad comunitaria. Algunos productos turísticos nacen de las entidades gubernamentales o privadas, con participación comunitaria y como iniciativas de conservación y recuperación de ecosistemas. Se evidencia la confusión que existe respecto al concepto e implementación del ecoturismo, siendo este utilizado de manera indiscriminada, refiriéndose a todo tipo de actividad turística desarrollada en algún ambiente natural, que busca ingresos económicos, pero que, en ninguno de los casos, contribuye a la conservación o recuperación de los ecosistemas. En los municipios predominan las iniciativas individuales

que pretenden asociaciones con el interés de proteger y recuperar el ambiente, contando con algo de apoyo gubernamental.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia el Universal. (2015). Turismo de naturaleza, poco exitoso en México. *ProQuest Central**proQuest*. Recuperado de <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2136/central/docview/1670285753/EB83C43693694D9DPQ/34?accountid=50438>
- Cortés, J., y Sarmiento, C. E. (2013). *Visión socioecosistémica de los páramos y la alta montaña colombiana. Memorias del proceso de definición de criterios para la delimitación de páramos*. Recuperado de <http://repository.humboldt.org.co/handle/20.500.11761/31458>
- Delgado, J., y Gutiérrez, J. (2009). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. España: Editorial Síntesis.
- Diario Oficial. *Ley 1753 de 2015, por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 «Todos por un nuevo país».*, Pub. L. No. 1753 (2015).
- Florencia Zapata, y Vidal Rondán. (2016). *La Investigación - Acción Participativa: Guía conceptual y metodológica del Instituto de Montaña*. Recuperado de https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00N1QH.pdf
- Jiménez, L. (2013). *Ecoturismo: Oferta y desarrollo sistémico regional*. Recuperado de <http://www.digitaliapublishing.com/a/29918/>
- Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenibles. (2013). *Resolución 0531 del 29 de mayo del 2013*. Recuperado de <file:///C:/Users/Windows%2010%20Creators/Downloads/resolucion-0531-de-2013-actividades-en-parques-nacionales-ecoturismo.pdf>
- Nature Conservancy, United States, y Agency for International Development. (2005). *Desarrollo del ecoturismo: Un manual para los profesionales de la conservación. Vol. II, Vol. II*. Arlington, VA: The Nature Conservancy.
- Parques Nacionales Naturales de Colombia. (2013). *Guía para la Planificación del Ecoturismo en Parques Nacionales Naturales de Colombia*. Recuperado de http://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wpcontent/uploads/2014/05/guia_planificacion_ecoturismo_pnn.pdf
- Pérez de las Heras, M. (2003). *La guía del ecoturismo: o cómo conservar la naturaleza a través del turismo*. Madrid: Mundi-Prensa.

Rape. (s. f.). Región Central RAPE. Recuperado 29 de abril de 2019, de Región Central website:
<https://regioncentralrape.gov.co/>

Sandoval S, y Ewaldo R. (2007). *Ecoturismo operación técnica y gestión ambiental*. México D.F.;
Alcalá de Guadaíra, Sevilla: Trillas ; MAD.

IMPACTO DEL TURISMO SUSTENTABLE EN EL ARRECIFE CORALINO MAS SEPTENTRIONAL DEL PACÍFICO ORIENTAL: CABO PULMO, MEXICO.

Oscar Arizpe C & Judith Juárez

Universidad A. de Baja California Sur, México

Resumen

Cabo Pulmo es el único arrecife coralino del Golfo de California y durante más de un siglo había estado sujeto a la pesca. Evidenciando que la información y conocimiento del área eran mínimos, en 1987 iniciamos las investigaciones de la estructura de la comunidad coralina, invertebrados y peces asociadas a la misma. El estudio denotó en los primeros 3 años una declinación de la cobertura coralina y de la densidad de los peces e invertebrados causada principalmente por las actividades extractivas de la población que se dedicaba fundamentalmente a la pesca. Considerando urgente que se conociera la situación crítica del arrecife, iniciamos en 1991 un proceso de comunicación e involucramiento comunitario con los pobladores, autoridades y usuarios de la zona, cuyo propósito principal fue el de lograr la protección del arrecife coralino y por lo tanto limitar las acciones de pesca, planteándoles como alternativa una estrategia de turismo sustentable. Asimismo, se diseñó el estudio técnico justificativo para la incorporación del arrecife al Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas que se logró en junio de 1995, después de un amplio proceso de consulta pública y concertación. Al no contarse con programa de manejo de la ANP (lo que se dio 15 años después), nos enfocamos a desarrollar una estrategia para mejorar la salud del ambiente y la calidad de la vida de la población local de Cabo Pulmo, para lo cual se evaluaron los componentes ambientales y económico sociales de todas las microrregiones de la ANP y zona terrestre de influencia, y

se determinaron las aptitudes de las mismas, de lo que se generó la estrategia de desarrollo sustentable, fundamentada en el turismo acuático de buceo y snorkel en el arrecife coralino. Después de 30 años que iniciamos el estudio del ahora parque nacional, los indicadores socioeconómicos muestran que la estrategia de desarrollo basada en el turismo sustentable ha generado un incremento en la calidad de vida de la población local y un aumento significativo de la cobertura coralina y de las poblaciones de peces e invertebrados. En la última evaluación ecológico-económica del sistema de estudio muestra que el Parque Nacional Cabo Pulmo provee servicios ecosistémicos del equivalente a mil millones de dólares, con una derrama a la población local de 4 millones de dólares anuales y de 932 toneladas de peces también anuales al Golfo de California, por todo lo cual se considera al sistema como un modelo de desarrollo sustentable.

Palabras clave: Turismo sustentable; Cabo Pulmo; Arrecife coralino; Pacífico septentrional.

Abstract

Cabo Pulmo is the only coral reef in the Gulf of California and over a century it had been the subject of fishing. That being evidence of the minimal information and knowledge of the area, in 1987 we began the research of the coral community structure, invertebrates, and fish associated with it. In the first three years, the study showed a decline in coral cover and in the density of fish and invertebrates caused mainly by the extractive activities of the population that was mainly engaged in fishing. Considering urgently that the critical situation of the reef was known, we began in 1991 a process of communication and community involvement with the inhabitants, authorities and users of the area, whose main purpose was to achieve the protection of the coral reef and therefore limit the fishing actions, posing as an alternative a sustainable tourism strategy. Likewise, the justificatory technical study was designed for the incorporation of the reef to the National System of Natural Protected Areas (NPA) that was achieved in June 1995, after an extensive process of public consultation and agreement. In the absence of a NPA management program (which occurred 15 years later), we focused on developing a strategy to improve the health of the environment and the quality of life of the local population of Cabo Pulmo.

To accomplish this, the environmental and economic-social components of all the micro-regions of the NPA, and terrestrial zone of influence, were evaluated and their aptitudes determined; the strategy of sustainable development was generated, based on diving and tourist snorkeling in the coral reef. After 30 years that we started the study of the National Park, the socioeconomic indicators show that the development strategy based on sustainable tourism has generated an increase in the quality of life of the local inhabitants and a significant increase in coral cover, fish and invertebrate populations. The last ecological-economical evaluation shows that the National Park Cabo Pulmo provides ecosystem services equivalent to one billion dollars, with a spill to the local population of four million dollars per year and 932 tons of fish, also annual, to the Gulf of California. For all above, the system is considered as a model of sustainable development.

Keywords: Sustainable Tourism; Cabo Pulmo, Coral Reef; Septentrional Pacific;

INTRODUCCIÓN

México cuenta con 182 Áreas Naturales Protegidas (ANP). Baja California Sur (BCS) es el estado de mayor extensión costera del país y también el de mayor dinamismo en el 2018. El desarrollo de las actividades secundarias, especialmente la industria de la construcción, impulsaron el crecimiento económico de la entidad. (García, 2019). En este estado se encuentra el único ecosistema de arrecife coralino en el Golfo de California, Cabo Pulmo, que es el arrecife coralino más septentrional en el Pacífico Oriental (Reyes-Bonilla y Álvarez-Filip, 2008) desde Alaska a la Patagonia. Esa situación le confiere no sólo una importancia regional, sino una gran relevancia en el ámbito mundial.

A partir de los años setenta el crecimiento del turismo en la zona costera del área de Los Cabos, BCS. transformó drásticamente la región (Hoffman, 1992). Por tal motivo, es importante regular estas actividades por medio de diversas acciones que permitan el uso sustentable de los recursos y contribuyan al desarrollo económico de la región y sobre todo a mejorar la calidad de vida manteniendo en óptimas condiciones la estructura y función del ecosistema con un criterio de sustentabilidad. El turismo que se desarrolla con este enfoque debe fundamentarse sobre criterios de sustentabilidad, es decir, ha de ser

soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales.

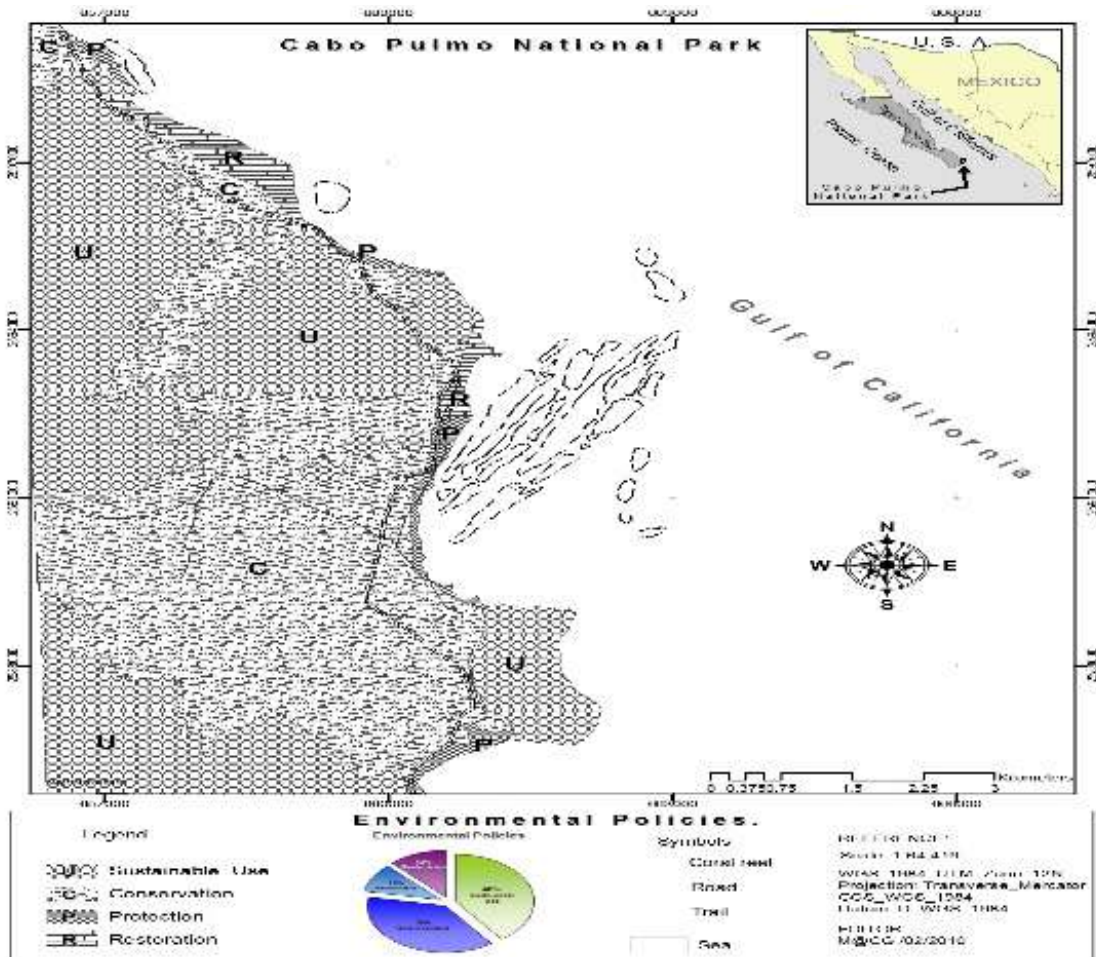
Cabo Pulmo ha estado sujeto a la pesca cerca de un siglo. La pesca deportiva por visitantes al sistema, y artesanal por los habitantes locales, durante varias décadas han sido actividades de suma importancia que gradualmente disminuyeron el volumen de las capturas por unidad de esfuerzo y que provocaron efectos negativos crecientes en el sistema arrecifal. La singularidad de las características del arrecife, las evidencias parciales de que estaba en deterioro, la importancia de las actividades económicas para los residentes, así como su capacidad real de manejo, fueron algunos de los elementos que nos condujeron a iniciar el estudio del área y promover con ello su conservación.

El Indicador Trimestral de Actividad Económica Estatal (ITAE) refleja el comportamiento general económico dentro de las 32 entidades federativas del país en el corto plazo. En BCS el ITAE registró la expansión más pronunciada; la actividad económica aumentó 14.2%, de acuerdo con cifras originales del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, (García, 2019). En BCS por su alto dinamismo, el turismo ha moldeado la economía estatal; su relevancia no sólo se refleja en el propio crecimiento de las esferas de alojamiento, alimentos y bienes inmuebles, sino que ha impactado el paisaje, los patrones migratorios, y las relaciones sociales (Gámez, 2008).

1. ESTUDIO DE CABO PULMO Y PROPUESTA DE ANP

El arrecife coralino de Cabo Pulmo se encuentra entre las coordenadas 23° 26' 00" y latitud N y los 109° 25' 00" long. W y está conformado por franjas de roca y coral, que se extiende hasta los 15m de profundidad que se orientan en dirección noreste-suroeste (figura 1) (Saldívar y Reyes-Bonilla, 2011). Cabo Pulmo está habitado principalmente por familias de tradición pesquera, quienes habían conformado en 1980 una Asociación Productora Rural Pesquera. La pesca representaba una fuente de ingresos para los pescadores de la zona y para la economía local. Las capturas en Cabo Pulmo también estaban asociadas a la extracción ilegal de peces e invertebrados.

Figura 1. Parque Nacional Cabo Pulmo y su zona de influencia.



Fuente: Arizpe y Cobarrubias, 2010.

En este contexto la principal finalidad del trabajo fue la de primeramente evaluar el estado de la comunidad coralina y en función de los resultados, elaborar la estrategia de

creación del ANP y de su conservación por medio del turismo sustentable. El estudio de Cabo Pulmo por la Universidad Autónoma de Baja California Sur (UABCS) inició en 1987 con los estudios biológicos en la zona, los cuales se centraron principalmente en el estudio de la comunidad coralina y en la evaluación de la riqueza específica de los peces arrecifales.

Dentro de los resultados más relevantes de la evaluación inicial se observó que en los sitios de muestreo, la cobertura coralina, que representa un indicador de la salud del arrecife, pasó de 28% en 1988 a aproximadamente un 15% en 1991. Este escenario llevó a reorientar las prioridades, y a plantear la necesidad de iniciar un proceso de involucramiento de la comunidad local de pescadores y usuarios del arrecife a partir de 1991, con el objetivo de la informar la situación de deterioro que estaba enfrentando el área y con ello concertar la estrategia de conservación del sistema. Inicialmente los habitantes básicamente pescadores, rechazaron el enfoque de las consultas por saber que tenían que minimizar las capturas de especies en el arrecife. Sin embargo, el entender el estado de deterioro del sistema arrecifal y de las especies que eran objeto de su captura, permitió que los habitantes locales se integraran a la discusión y con ello comprender que era necesario encontrar una alternativa de protección y desarrollo sustentable para Cabo Pulmo. Analizando que el turismo sustentable, particularmente marino y buceo, además de tener un mínimo impacto ambiental, podía constituirse en factor de asegurar a largo plazo la salud del arrecife, y buena alternativa de mejorar sus ingresos y calidad de vida.

Después de cerca de año y medio de reuniones, se acordó que un paso necesario para el control y adecuado manejo del sistema era la elaboración de la propuesta del establecimiento del ANP. La propuesta fue canalizada al Instituto Nacional de Ecología (INE) por primera vez en noviembre de 1993 (Anaya y Arizpe, 1998). El objetivo planteado fue el de preservar el único ecosistema de arrecife coralino presente en el Golfo de California, sus componentes y hábitats asociados, así como a sus comunidades bióticas mediante el mantenimiento de los procesos ecológicos y los sistemas de soporte de los que depende la integridad del arrecife coralino, la conservación del valor histórico de los restos arqueológicos del área y la promoción de los usos compatibles con su conservación.

2. POBLACIÓN EN CABO PULMO

En Cabo Pulmo hay un total de 22 hogares. De estas 22 viviendas, dos tienen piso de tierra y unas tres consisten de una sola habitación. Diecisiete de todas las viviendas tienen instalaciones sanitarias, seis son conectadas al servicio público, una tiene acceso a la luz eléctrica. La estructura económica permite a cinco viviendas tener una computadora, a 11 tener una lavadora y 13 tienen una televisión (México, 2017). La población de Cabo Pulmo tiene un total de 150 habitantes, más 60 personas del campamento pesquero Los Frailes.

2.1 Índice de marginación rural

El índice de Marginación (IM) es una medida-resumen que permite diferenciar entidades federativas y municipios de acuerdo con las carencias que padece la población, como resultado de la falta de acceso a la educación, la residencia en viviendas inadecuadas, la percepción de ingresos monetarios insuficientes y las relacionadas con la residencia en localidades pequeñas (SEMARNAT, 2018). La localidad de Cabo Pulmo cuenta con una alta marginación en lo que fue el año 2017, es decir, las carencias que padece la localidad son muchas, esto repercute en gran medida a toda la pequeña población. Si se analiza la educación escolar aparte de que hay un analfabeto de 15 y más años, uno de los jóvenes entre seis y 14 años no asisten a la escuela. De la población a partir de los 15 años, cero no tienen ninguna escolaridad, 16 tienen una escolaridad incompleta. Siete tienen una escolaridad básica y 17 cuentan con una educación post-básica. Un total de tres de la generación de jóvenes entre 15 y 24 años de edad han asistido a la escuela, la escolaridad media entre la población es de nueve años.

2.2 Estructura económica

La mayoría de las microempresas de Cabo Pulmo son de familiares, y enfrentan distintos retos debido a las relaciones sociales y laborales que estas conllevan, ya que la poca diferenciación entre los productos turísticos ofertados intensifica innecesariamente la competencia. Lo que principalmente ofrecen, gira en torno al buceo, el snorkel y el senderismo. (Barrera Osuna, 2016).

El principal giro de las empresas cabopulmeñas es el de servicios turísticos (buceo, kayakismo, esnorqueleo, senderismo, paseo en lancha) y la mayor parte de los visitantes es de nacionalidad extranjera, lo que ha contribuido a elevar los precios en la localidad. Los alimentos y bebidas preparados se cotizan en los niveles de lugares como La Paz y Los Cabos, y los servicios turísticos también se encuentran al nivel de otros destinos internacionales. Sin embargo, el poblado no posee una infraestructura pública adecuada, ya que no cuenta con abastecimiento de agua potable, carece de energía eléctrica pública y privada, de alcantarillado, de señalamientos, de nomenclatura de calles, de pavimentación, y de servicios médicos, educativos y culturales (Gámez, 2008).

Con relación a la oferta turística de Cabo Pulmo, las actividades ofertadas son poco diversificadas y generan una carga considerable al ecosistema marino. (Barrera Osuna, 2016). Las actividades humanas que se realizan en el Parque Nacional de Cabo Pulmo (PNCP) podrían ser nocivas, fundamentalmente el turismo de baja escala. Sin embargo, no hay evidencias de que éstas hayan producido efectos negativos en la extensión y la calidad del hábitat.

2.3 Índice de desarrollo humano

Un estudio realizado a través de encuestas a 54 personas de la comunidad local, evaluaron los servicios de salud y escolaridad, asimismo, el ingreso per cápita de los habitantes con relación al ingreso nacional bruto per cápita. “Logramos la caracterización de los aspectos socioeconómicos adecuadamente, utilizamos la metodología del Índice de Desarrollo Humano (IDH), que nos permitió saber el grado de marginalidad o bienestar en la zona, el índice de salud, educación e ingreso”, (Cosío, 2017).

El IDH simplifica y refleja solo una parte de lo que entraña el desarrollo humano, ya que no contempla aspectos como desigualdad, pobreza y seguridad humana. Los resultados integrados del IDH fueron de 0.74, un valor alto dentro del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, en una escala de 0 a 1, en el índice de servicios de salud obtuvieron un valor de 0.85, en el índice de educación, un valor medio de 0.56, mientras que, en el índice de ingreso, obtuvieron en promedio un ingreso mayor que la media nacional.

La comunidad solamente cuenta con un centro de aprendizaje dirigido a niños de preescolar principalmente, en el que ofrecen asesorías en tareas escolares, enseñanza

de inglés y algunas actividades para mejorar el aprendizaje de los niños. Para acceder a una educación media superior o superior, es necesario trasladarse a las ciudades de San José del Cabo, Cabo San Lucas o La Paz (Cosío, 2017).

2.4 Índice de bienestar ambiental

Asimismo, para determinar los valores del índice ambiental, se evaluaron la calidad del agua, la erosión en la línea costera y la biodiversidad del Parque Nacional Cabo Pulmo. Para medir la calidad del suelo, se muestrearon 720 metros de la línea costera del área habitual de los prestadores de servicios turísticos, con Sistemas de Posicionamiento Global (GPS, por sus siglas en inglés), determinando las zonas con mayor erosión o más susceptibles a erosionarse. (Cosío, 2017).

3. ESTRATEGIA DE MANEJO MEDIANTE TURISMO SUSTENTABLE

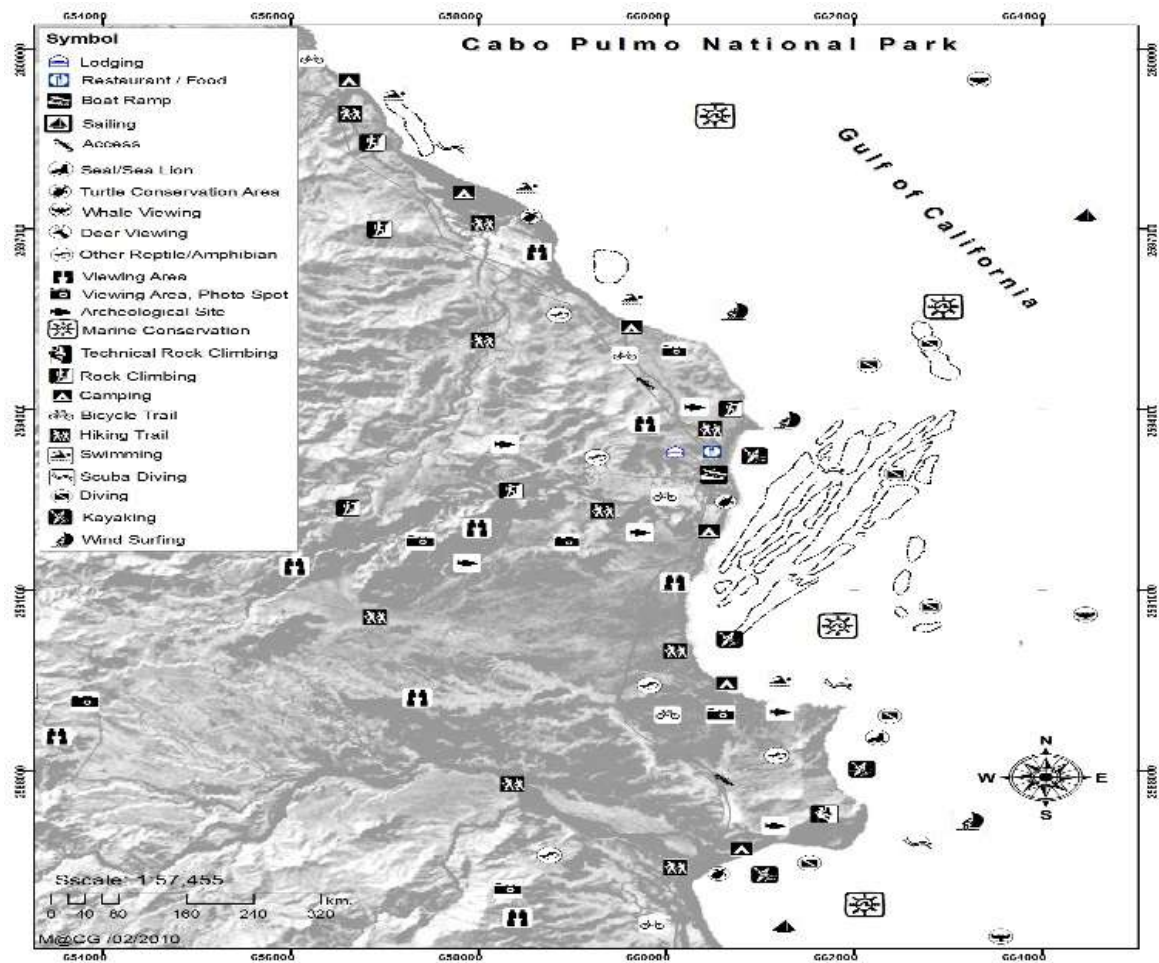
Es importante mencionar que fue creada la ANP sin una estructura administrativa ni de apoyo o manejo lo que ponía en riesgo la conservación planteada objetivo de Cabo Pulmo. Razón por la cual como parte de la UABCS, continuamos con el involucramiento con la comunidad local, para desarrollar y acordar con todos los usuarios del área, la estrategia de manejo del ahora PNCP mediante el turismo sustentable. El enfoque de estas reuniones fue exponer los avances de la estrategia desarrollada por la UABCS, discutir los ajustes y en su caso la incorporación de las propuestas y opiniones de los habitantes y usuarios del Parque. De esta forma, la comunidad ajustó elementos empíricos propuestos desde la perspectiva de la representatividad de los diferentes sectores de la sociedad con interés en el PNCP.

El eje de la mencionada estrategia fue el de incorporar las actividades que promovieran el desarrollo del turismo sustentable como una alternativa económica viable a corto plazo y sostenible a futuro sobre el uso de los recursos naturales del Área, tomando en cuenta que el principal potencial económico del PNCP es de carácter recreacional, encaminado casi exclusivamente al desarrollo de las actividades acuáticas, principalmente el buceo.

Como integración de las actividades de turismo sustentable que pueden ser efectuadas tanto en la parte acuática como en la terrestre del área, la figura 2, resume en un mapa

las actividades que en función de las características ambientales de las diferentes áreas, que fueron acordadas con la población.

Figura 2. Actividades de turismo en la zona de influencia del PNCP



Fuente: Arizpe y Cobarrubias, 2010.

4. CONCLUSIONES.

A casi 22 años de haberse decretado el PNCP, se han evaluado los servicios ecosistémicos de esta ANP (SEMARNAT, 2017). Primeramente se observó que después de que todos los componentes de la comunidad estaban disminuyendo, actualmente por el solo hecho de existir, su aporte a la conservación de la biodiversidad marina representa un valor equivalente a 824 millones de usd. Además el beneficio económico que reciben los pobladores de CP es de 3.73 usd al año. Finalmente el PNCP exporta al Golfo de California anualmente, un total de 932 toneladas de peces comerciales, con un valor de 1.2 usd al año.

5. LITERATURA CITADA

- Anaya-Reyna, G. y Arizpe, O. (1998). Cabo Pulmo (B.C.S., Mexico). The Northern most coral reef in the eastern Pacific Planning for a Marine National Park in Mexico. En: Munro y Willison (Eds.) *Linking Protected Areas with Working Landscapes Conserving Biodiversity* (pp. 231-237).
- Arizpe, O. y M. A. Cobarrubias. (2010). Sustainable tourism planning for the only coral reef in the Gulf of California: Cabo Pulmo national park. *Wit Transactions on Ecology and Environment*, 139(IV): pp. 263-273.
- Barrera Osuna, F. (2016). Los conflictos socioterritoriales y ambientales en Cabo Pulmo, Baja California Sur: el dilema entre la conservación y el turismo. Tesis de Maestría. El Colegio de la Frontera Norte. pp. 105
- Cosío, J. (2017). *Evalúan sostenibilidad del Parque Nacional Cabo Pulmo*. Accedido el 25 de junio de 2019 desde <http://cienciamx.com/index.php/ciencia/ambiente/18103-evaluan-sostenibilidad-parque-nacional-cabo-pulmo>
- Gámez, E. E. (2008). *Turismo y Sustentabilidad en Cabo Pulmo, B.C.S.* La Paz, Baja California Sur, México. Universidad Autónoma de Baja California Sur.

- García, A. K. (2019). *Baja California Sur, con la expansión económica más pronunciada en el 2018*. Accedido el 15 de junio de 2019 desde <https://www.eleconomista.com.mx/economia/Baja-California-Sur-con-la-expansion-economica-mas-pronunciada-en-el-2018--20190429-0043.html>
- Hoffman, P.R. (1992). Tourism and Language in Mexico's Los Cabos. *Journal of Cultural Geography*, 12(2): pp. 77-92.
- México, N. (2017). *Nuestro México*. Accedido el 25 de junio de 2019 <http://www.nuestro-mexico.com/Baja-California-Sur/Los-Cabos/Areas-de-menos-de-100-habitantes/Cabo-Pulmo/>
- Saldívar-Lucio, R y Reyes-Bonilla, H. (2011). Monitoreo de la ictiofauna usando grupos taxonómicos superiores en el Parque Nacional Cabo Pulmo, México. *Biol. Trop.* 59 (2): pp. 871-885.
- SEMARNAT. Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2017). Ecovalor. Valor de los servicios ecosistémicos de 4 ANP relevantes de México. México.128p
- (2018). *Índice de marginación*. Accedido el 25 de junio de 2019 desde: http://dgeiawf.semarnat.gob.mx:8080/ibi_apps/WFServlet?IBIF_ex=D1_R_POBREZA00_02&IBIC_user=dgeia_mce&IBIC_pass=dgeia_mce

INTERPRETACIÓN AMBIENTAL EN ÁREAS PROTEGIDAS: UN CAMPO DE ACCIÓN PARA LOS LICENCIADOS EN RECREACIÓN

Dra. Astrid Bibiana Rodríguez Cortés¹

Mg. Liliana Maribel Mora González²

Resumen

La interpretación ambiental sostiene una propuesta de educación basada en la experiencia, el interés, la construcción de significados y el reconocimiento de las potencialidades del entorno, para el desarrollo de actividades con una finalidad educativa en espacios abiertos. Este artículo presenta una reflexión sobre algunas actividades de interpretación ambiental propuestas por estudiantes de Licenciatura en Recreación y Turismo de la Universidad Pedagógica Nacional e implementadas en algunas áreas protegidas de Colombia. En las actividades propuestas se evidencia cómo la recreación aporta al ejercicio de interpretación ambiental constituyéndose en un campo de acción desde el cual los Licenciados pueden aportar a la conservación de la diversidad biofísica y sociocultural colombiana, así como reconocer las áreas protegidas como escenarios pedagógicos que promueven el cuidado, preservación y valor social de los entornos naturales. Estos elementos sugieren que la articulación entre la interpretación ambiental y la recreación desde el saber pedagógico configuran un escenario de acción que favorece la relación de las áreas protegidas con distintos actores del territorio.

Palabras clave: Interpretación Ambiental, Recreación, Áreas Protegidas, Campo de Acción, Turismo

Abstract

The environmental interpretation supports a education proposal based on experience, interest, the construction of meanings and the recognition of the potential of the environment, for the development of activities with an educational purpose in outside spaces. This article shows a reflection about some environmental interpretation activities proposed by students of the Degree in Recreation and Tourism of the Universidad Pedagógica Nacional and implemented in some protected areas of Colombia. The proposed activities show how recreation contributes to the exercise of environmental interpretation, constituting a field of action from which graduates can contribute to the conservation of Colombian biophysical and sociocultural diversity, as well as recognizing protected areas as pedagogical scenarios that promote the care, preservation and social value of natural environments. These elements suggest that the articulation between environmental interpretation and recreation from the pedagogical knowledge configure a scenario of action that help the relationship of protected areas with different actors of the territory.

Keywords: Environmental Interpretation, Recreation, Protected Areas, Field of Action, Tourism

¹Licenciatura en Recreación ,Facultad de Educación Física, Colombia. abrodriguez@pedagogica.edu.co

²Licenciatura en Recreación ,Facultad de Educación Física, Colombia. Immorag@pedagogica.edu.co

1. INTRODUCCIÓN

Desde finales de los años treinta en Colombia se constituyen los primeros acercamientos al Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP), inicialmente con este sistema se buscaba “conservar el recurso hídrico necesario para la industria cañera en el Valle del Cauca” (Rojas, 2014, p. 157). Años posteriores con el movimiento ambientalista de los años sesenta y la asistencia de Colombia a la primera Conferencias Mundial sobre Medio Ambiente Humano realizada en Estocolmo, del 5 al 16 de junio de 1972, el país se comprometió internacionalmente con la creación, implementación de programas y planes e instituciones que preservaran el medio ambiente y la biodiversidad del país (Rodríguez, 2017).

En 1992 se firma el Convenio de Biodiversidad, ratificado por la Ley 165 de 1994 que obliga a los firmantes a la creación del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (Rojas, 2014, p. 157). Esta decisión permitió al país hacer conciencia de su biodiversidad cultural, natural y social. Si bien en un primer momento como lo presenta Rojas (2014) el modelo de conservación que acogió Colombia estuvo basado en un modelo de aislamiento de la naturaleza del hombre con el fin de mantenerla prístina, años más adelante se comprendió la necesidad de ejercer una relación directa entre el hombre y la naturaleza, máxime como en el caso colombiano cuando son muchas las comunidades indígenas que habitan las áreas protegidas.

En la actualidad se reconoce a Colombia como uno de los países biodiversos del mundo, además cuenta con 59 parques naturales que totalizan 12.602.320,7 hectáreas, lo que representa más del 12% del territorio nacional, correspondiendo el 9,98% a territorio terrestre y el 1,3% a territorio marino (SINAP, 2014). Algunos de los objetivos que buscan las áreas protegidas tienen que ver con la conservación del patrimonio natural y cultural del país, en este sentido, sus estrategias para fomentar la gestión y conservación tienen que ver principalmente con el apoyo en procesos educativos y turísticos.

Indudablemente la belleza de los Parques Naturales es atractiva para el ecoturismo. Colombia recientemente se ha declarado con una alta vocación para este tipo de turismo, si bien desde las concepciones del Organización Mundial del Turismo, esta actividad debe ocasionar el menor impacto posible en el ambiente, en la realidad estas áreas protegidas siguen reportando impactos negativos frente a la práctica turística. Ante esta situación se considera que una de las posibles acciones para contrarrestar dichos impactos tiene que ver con recurrir a fomentar procesos educativos de conservación, cuidado y preservación en turistas y lugareños. Esta perspectiva pretende crear una conciencia sobre la necesidad de la apropiación del territorio como bien social y cultural.

Siguiendo lo planteado, la Licenciatura en Recreación concibe los Parques Naturales principalmente como escenarios pedagógicos de alto valor social. Uno de los objetivos de la formación de Licenciados en Recreación tiene que ver con diseñar estrategias didácticas que relacionen la educación, la recreación y la práctica turística. Si bien este ejercicio no ha sido nada fácil, una de las estrategias que más ha permitido enriquecer la práctica docente de los estudiantes tiene que ver con la interpretación ambiental. Si bien este campo se ha concebido para algunos autores como una especialización de la Educación Ambiental, sin embargo, Ziperovich (2004) plantea otra perspectiva:

Con el auge del turismo orientado a la utilización de los parques surge el problema de que el turista no sólo busca acumular datos académicos y científicas de folleto u orales sobre las especies, animales o vegetales de la zona, sino también vivenciar ese espacio, sentirse parte y disfrutar en forma activa del entorno; jugar a ser un miembro más del sistema, como verdaderamente somos.

Es así como, fundamentalmente en Estados Unidos de América, surge la necesidad de desarrollar determinadas actividades tendientes a darle participación al visitante de los parques. De esta manera surge una gama de propuestas que se han dado en llamar *interpretación ambiental* (p.79).

Desde lo planteado por Ziperovich (2004) la interpretación ambiental permite conjugar la relación educación-recreación y turismo. En este sentido, la propuesta que hace la Licenciatura en Recreación al retomar la interpretación ambiental como estrategia de enseñanza y aprendizaje, busca que los Licenciados en Recreación en formación, diseñen experiencias recreativas que se realizan en algunos Parques Naturales con los cuales la Licenciatura tiene convenio de prácticas pedagógicas³, el diseño de estas experiencias tiene como objetivo que los turistas comprendan el valor del patrimonio natural y cultura, además de crear una interrelación de aprendizaje, disfrute e interés del turista por el medio natural.

Esta ponencia tiene como propósito exponer algunas experiencias pedagógicas de interpretación ambiental, desarrolladas por los estudiantes de la Licenciatura en Recreación en algunos Parques Naturales de Colombia.

2. APLICACIONES DE LA INTERPRETACIÓN AMBIENTAL EN LA LICENCIATURA EN RECREACIÓN

A continuación, se señalarán algunas propuestas construidas por los estudiantes en el marco de una alianza desarrollada entre la entidad Parques Nacionales Naturales de Colombia y el programa académico Licenciatura en Recreación de la Universidad Pedagógica Nacional, específicamente para el espacio académico Práctica Pedagógica en Turismo. En este sentido, para el programa académico, la práctica pedagógica “es un espacio de confrontación, proposición y acercamiento constante al hecho educativo, concibiendo este último no solo en la educación formal sino en los diversos contextos donde se produce. Por tanto, es misión del estudiante posicionar el saber recreativo y turístico en los diversos contextos de su acción docente, con perspectivas lúdicas y fortaleciendo el ocio como dimensión humana” (Universidad Pedagógica Nacional, 2013).

³La Universidad Pedagógica Nacional y Parques Nacionales Naturales vienen desarrollando acciones conjuntas desde hace más de 10 años. Recientemente se firmó el Convenio 001 de 2019, con una vigencia de 4 años que tiene por objeto la “cooperación académica para el desarrollo de las prácticas académicas de formación profesional, realizando actividades que contribuyan a los procesos que se adelantan en Parques y permitiendo a los estudiantes de pregrado y postgrado de la universidad, aplicar y ampliar los conocimientos teóricos adquiridos en desarrollo del programa académico que cada uno se encuentre cursando”

En este contexto, los estudiantes desarrollaron algunas propuestas pedagógicas de intervención en los territorios en donde se encuentran ubicadas las áreas protegidas con el propósito de aportar a la conservación de la biodiversidad biofísica y sociocultural de la región a partir de sus conocimientos sobre recreación, turismo y saber pedagógico.

El desarrollo de las áreas protegidas en Colombia, si bien ha respondido a acuerdos internacionales en relación con la conservación de la biodiversidad, también ha configurado una historia particular de la mano con las comunidades locales que viven al interior de las áreas protegidas, con las personas que se encuentran en las zonas aledañas y demás actores interesados en los territorios. Lo anterior, ha permitido que históricamente la gestión de las áreas protegidas acumule una experiencia de trabajo entre diversos actores, vinculando estrategias educativas encaminadas a favorecer la conservación de la diversidad biofísica en primera instancia, y por consecuencia a las comunidades en sí.

En este panorama, en Colombia el aumento del turismo en las áreas protegidas ha sido importante en los últimos tiempos, pues antes estos escenarios estaban restringidos por situaciones de orden público debido al conflicto armado. Sin embargo, ello también ha desencadenado múltiples problemas e impactos ambientales, en donde se hace necesario generar e implementar estrategias pedagógicas orientadas al ordenamiento de las actividades que se realizan en las áreas protegidas.

2.1. Lazos intergeneracionales para la apropiación de las especies nativas del Parque Nacional Natural Sumapaz⁴

El Parque Nacional Natural Sumapaz es un área protegida creada en el año 1977, con una extensión de 223.179 hectáreas que se distribuye altitudinalmente entre 700 msnm y 4375 msnm albergando ecosistemas de páramo y bosques andinos. Se encuentra ubicado entre los departamentos de Huila, Meta y Cundinamarca, a 23 Km del casco urbano de la ciudad de Bogotá (capital colombiana). Sumapaz se considera un área de importancia hídrica para las cuencas del Río Magdalena, el Río Meta y el Río Guaviare, aportando el agua hacia las regiones andina, orinocense y amazónica en nuestro país (PNN, 2019).

⁴ Propuesta elaborada para el espacio académico *Práctica Pedagógica en Turismo* durante el 2018 por la estudiante Lida Ginneth Rojas Poveda, del programa académico Licenciatura en Recreación y Turismo, de la Universidad Pedagógica Nacional.

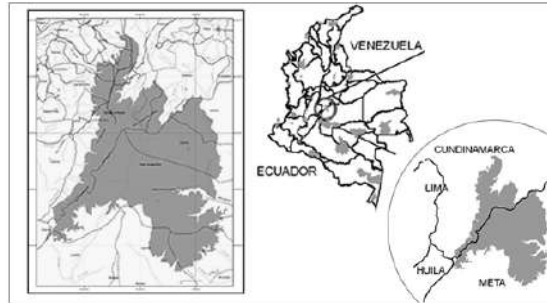


Imagen 1. Mapa Ubicación geográfica del Parque Nacional Natural Sumapaz en Colombia. Fuente: Colombiainforma, recuperado en junio 12 de 2019.

Los campesinos que tradicionalmente han vivido al interior del área protegida, han desarrollado históricamente actividades relacionadas con agricultura y ganadería, que una vez es declarado Sumapaz como área protegida quedan terminantemente prohibidas desde la legislación, lo cual ha generado tensiones en el territorio y ha obligado a las partes en la generación de acuerdos de manejo entre las comunidades y el área protegida.

Aunque Sumapaz es un área protegida cerrada al público, “el proceso de paz en Colombia ha facilitado la visita a los Parques Nacionales con vocación ecoturística que antes eran difíciles de visitar, como se refleja en el aumento de visitantes del 14.3% entre 2016 y 2017, alcanzando 1’653.000 de visitantes en el 2017, y del 16,2 % en el primer semestre de 2018” (PNN, 2019). Si bien Sumapaz no tiene vocación ecoturística, si presente en la actualidad una afluencia masiva de visitantes que ingresan al área protegida, sobre todo los fines de semana.

La falta de conocimiento de algunos visitantes sobre el significado de un área protegida, las actividades relacionadas con senderismo, fogatas, deportes como el bicimontañismo y deportes extremos como cuatrimotos, la realización de recorridos turísticos sin autorización del área protegida, entre otros, genera afectaciones sobre los ecosistemas que antaño eran inexplorados y que indudablemente plantean un desafío para Parques Nacionales y para la región. Ante esta situación, la propuesta *Lazos intergeneracionales para la apropiación de las especies nativas del Parque Nacional Natural Sumapaz* planteó la posibilidad de reconocer especies nativas de Sumapaz a partir de una iniciativa que promovió el diálogo de saberes, como una estrategia para la construcción colectiva del saber y la intersubjetividad, fortaleciendo las relaciones intergeneracionales y la producción de conocimientos, actitudes y prácticas en favor de la conservación de la biodiversidad.

Dicha propuesta fue implementada en tres momentos: la primera fase se recogió información sobre las especies de fauna y flora emblemáticas del Parque Nacional Natural Sumapaz a partir de los diarios de campo que se registraban desde los diálogos con los funcionarios del Parque, y sobre los visitantes que ingresan los fines de semana al sector conocido como Laguna de Chisacá a partir del formato de control de ingreso. Posteriormente, en la segunda fase, se plantea una actividad para promover el diálogo intergeneracional entre los visitantes al parque, el tema que congrege este dialogo fue las

especies de fauna y flora de Sumapaz, y finalmente, la tercera fase, se constituye en un momento de reflexión a partir del ejercicio adelantado con los visitantes.

En la fase inicial, se realiza un diagnóstico donde se encontró que el lugar era visitado por familias, estudiantes, ciclistas y motociclistas, cada grupo con intereses particulares como un día de paseo, motivos académicos, deporte y turismo. A partir de esta información⁵, como estrategia de interpretación ambiental, se diseña una caja negra y cerrada en la cual apenas cabe una mano, en el interior se colocaban con anterioridad elementos del entorno como por ejemplo una roca, una hoja, un residuo, una esponja de cocina (para explicar la función de los páramos, entre otros. La actividad consistía en ubicar a los grupos que llegaban al sector, saludarlos e invitarlos a que introdujeran su mano uno a uno en la caja negra e intentaran decir algo sobre lo que percibían allí.



Fotografía 1. Experiencia Sumapaz. Fuente: Rojas, Gineth, 2018.

La estudiante que lideraba la implementación de la actividad, Gineth Rojas comenta en unos de sus diarios de campo:

[...] al inicio los niños que hablan de su emocionalidad comentarios como: ¡ay la oreja de un conejo! ¡Súper como un algodón! ¡Eso rasguña! Se hacen notar, luego los jóvenes adultos que en ocasiones presumen de saber más, deslumbran con un ¡son matas! Que ubican a las plantas en un lugar con menor relevancia, aunque algunos de los jóvenes son conscientes en tanto llevan consigo un discurso de cuidado y protección, por otro lado, los adultos mayores están permeados por toda su experiencia y aunque si es trascendente, parece que cayeran en el discurso del ¡yo me lo sé! Y con orgullo cuentan y re cuentan historias que giran a través del escenario, los que no conocían el páramo, la emoción vuelve a jugar un papel especial, junto con los niños se intercambian emociones, sensaciones y comentarios (p. 15)

El ejercicio adelantado con diferentes grupos de visitantes permitió una interacción diferente entre los mismos y el escenario al cual estaban ingresando. Esta experiencia les permitió acercarse al ecosistema de páramo de una forma distinta, reconociendo desde el tacto y la emoción la gran riqueza biofísica del lugar y generar actitudes en favor de la conservación de la misma.

⁵ Formato Control de Ingreso Visitantes Parque Nacional Natural Sumapaz.

De igual manera, la utilización de la caja para poner distintos elementos permitió explorar distintas posibilidades (como la esponja de cocina) generando emociones, pensamientos y diálogos de diversa índole, en las cuales fue posible que personas mayores, adultos, jóvenes y niños hablaran desde sus saberes y experiencias. Para el caso de los niños, su conocimiento está mediado por la emoción que genera el lugar y en el caso de los adultos y personas mayores está marcado por la experiencia y la memoria generando procesos de enseñanza-aprendizaje alrededor del cuidado de la vida. En este sentido, se quiere resaltar como esta experiencia permitió compartir un aprendizaje en familia, una transmisión de saberes de forma intergeneracional donde “los beneficios actúan en doble dirección: los jóvenes se benefician de la mayor experiencia y perspicacia de los mayores y éstos sienten que están ayudando a otros con su cooperación y participación, y además se ven desde un ángulo más positivo las dos generaciones” (Osorio, 2002, p. 172).

2.2. Actividades recreativas como medio para fortalecer la interpretación ambiental del Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos⁶

El Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos fue la primera área protegida declarada en Colombia en el año 1960, con una extensión de 7.134 hectáreas a una altura entre los 1.630 msnm y 2850 msnm. Se ubica entre los departamentos de Caquetá y Huila, y debe su nombre al ave que la representa denominada Guácharo. Este Parque, alberga ecosistemas de bosque andino y páramo, permitiendo la conectividad ecológica entre la región Andina y la región Amazónica, es importante en la provisión de agua a las zonas de influencia y refugio de una alta biodiversidad. (PNN, 2019).



Mapa 2. Ubicación Geográfica Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos.

Fuente: Cifuentes Edgar, 2013

Esta área protegida no tiene habitantes en su interior, sin embargo en la zona aledaña viven campesinos e indígenas. Algunas organizaciones comunitarias prestan servicios de ecoturismo comunitario con los visitantes que llegan al Parque Nacional. Esta iniciativa se enmarca en el programa Ecoturismo Comunitario promovido por Parques Nacionales en distintas regiones de Colombia con el propósito de “establecer alianzas entre Parques y organizaciones comunitarias aledañas a las áreas del Sistema de Parques Nacionales Naturales, para la prestación de servicios y actividades ecoturísticas en áreas del Sistema de Parques Nacionales o su zona de influencia y el fortalecimiento de sus capacidades,

⁶ Propuesta elaborada para el espacio académico *Práctica Pedagógica en Turismo* durante el 2018 por la estudiante Gabriela Natalia Barrera Martínez, del programa académico Licenciatura en Recreación y Turismo, de la Universidad Pedagógica Nacional.

mejorando la calidad de vida de las comunidades y la conservación de los recursos naturales” (PNN, 2008).

Si bien el Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos es un área protegida con vocación ecoturística y cuenta con un plan de interpretación ambiental, la implementación de este se ha visto limitada en tanto los guías comunitarios tienen una formación diversa y realizan los recorridos de una forma tradicional desatendiendo los intereses de los grupos visitantes y reduciéndose en ocasiones a la mención de especies emblemáticas de la zona. Ante este escenario, la propuesta *Actividades recreativas como medio para fortalecer la interpretación ambiental del Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos* generada desde el programa académico Licenciatura en Recreación fue desarrollar actividades recreativas orientadas a fortalecer la interpretación ambiental para un sendero y consecuentemente generar conocimientos y actitudes en favor de la conservación del área protegida.

Esta propuesta se desarrolló en tres fases, en la primera se realizó un ejercicio de contextualización acerca de los documentos directrices del Parque y los ejercicios llevados en los recorridos realizados en el sendero sector Cedros; posteriormente se plantearon actividades recreativas basadas en el juego que permitieran a las personas integrarse, conocer datos básicos sobre el Parque y brindar orientaciones a los guías comunitarios y al equipo del Parque Nacional; finalmente se realiza una valoración conjunta sobre los aprendizajes y afianzar los compromisos de conservación por parte de los visitantes.

En los registros establecidos por la practicante de la Licenciatura en Recreación, Gabriela Natalia Barrera, comenta (2018):

[...] fue posible fortalecer la interpretación ambiental del Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos de una forma diferente, construyendo diferentes juegos y actividades para sus visitantes, en donde dependiendo de sus habilidades, su tiempo y disposición ahora se les ofrece diversas alternativas para aprender y reconocer la importancia del Parque y apoyar sus procesos de conservación a través de una forma lúdica (p. 18)



Fotografías 2. Experiencia PNN Guácharos

Fuente: Barrera, Gabriela, 2018.

Durante la implementación de la propuesta, el diálogo entre el equipo del Parque y los guías comunitarios fue fundamental para la construcción de un guión de inducción basado en el juego, permitiendo de esta manera involucrar nuevas estrategias para acercar a los visitantes al conocimiento sobre el área protegida posibilitando desde la interpretación ambiental prevenir efectos negativos del turismo sobre los ecosistemas y generar capacidades en los guías y equipo del Parque. De igual manera, la propuesta contribuyó al fortalecimiento de la alianza entre el Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos y organizaciones comunitarias de turismo como Corporación Andakíes y Fundación Cerca Viva y la dinamización de actividades en el centro de interpretación ambiental creando de manera conjunta lenguajes basados en la recreación como posibilidad para la transformación y el aprendizaje sobre la riqueza biofísica y sociocultural de nuestro país.

Las dos experiencias señaladas anteriormente evidencian las áreas protegidas de Colombia como un escenario de valor incalculable para el desarrollo de actividades recreativas, una vez que en el momento histórico actual existe una afluencia turística sin precedentes. Las propuestas aportan elementos desde el saber pedagógico que se piensan las características particulares de los visitantes, indagando acerca de su construcción de significados sobre el entorno facilitando desde la vivencia la concientización acerca del uso y el valor de dichos escenarios y mitigando desde estrategias recreativas afectaciones sobre los ecosistemas en la construcción de relaciones equilibradas entre los seres humanos y el medio en el que habitan.

En este sentido, los licenciados en recreación y turismo tienen un campo de acción importante en las áreas protegidas en tanto su saber permite articular propuestas encaminadas hacia la conservación de la biodiversidad tomando como base las comunidades asentadas en las áreas y creando puentes comunicativos con los visitantes a las mismas. El saber del Licenciado se hace necesario en tanto sus apuestas metodológicas comprenden particularidades de los actores en territorio y permite construir diálogos que permiten aportar a la gestión de las áreas desde acuerdos de manejo en todos los niveles que redunden en la construcción conocimientos, actitudes y prácticas que favorezcan el cuidado y protección de las áreas protegidas de Colombia.

REFLEXIONES Y DESAFIOS

Estos primeros acercamientos que está realizando la Licenciatura en Recreación a la interpretación ambiental, plantea un gran desafío; hoy por hoy los procesos de conservación de la biodiversidad y su valoración deben llevarse de la mano de procesos educativos que sean creativos y posicionen el saber pedagógico en escenarios como las áreas protegidas. Colombia, de cara a los nuevos retos en los tiempos actuales requiere volver a pensar los territorios y sus actores para proponer sinergias que redunden en la formación de maestros que generen apuestas en favor del cuidado, la conservación y la apropiación de sus territorios, propiciando el reconocimiento de la relación indisoluble entre ambiente y recreación. Desde esta perspectiva, los responsables del turismo deben diseñar planes de acción que potencien la satisfacción de la experiencia turística sin que ello concurra en detrimento del ambiente, por ello, la interpretación ambiental es una herramienta fundamental para lograr conciencia social y ambiental.

Referencias Bibliográficas

- Parques Nacionales Naturales de Colombia (PNN). (2008). *Lineamientos para el ecoturismo comunitario en Colombia*. Bogotá: PNN.
- Barrera, G. (2018). *Informe Práctica Pedagógica Actividades recreativas como medio para fortalecer la interpretación ambiental del Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.
- Osorio, E. (2002). *Recreación y adulto mayor ocio para una vida plena*. Bogotá: Funlibre
- Parques Nacionales Naturales de Colombia. (7 de Junio de 2019). *Parques Nacionales*. Obtenido de Parques Nacionales: <http://www.parquesnacionales.gov.co/portal/es/parques-nacionales/parque-nacional-natural-sumapaz/>
- Parques Nacionales Naturales de Colombia (PNN). (7 de Junio de 2019). *Parques Nacionales*. Obtenido de Parques Nacionales: <http://www.parquesnacionales.gov.co/portal/es/ecoturismo/region-andina/parque-nacional-natural-cueva-de-los-guacharos/>
- Poveda, L. (2018). *Informe Práctica Pedagógica Lazos intergeneracionales para la apropiación de las especies nativas del Parque Nacional Natural Sumapaz*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.
- Rodríguez, A.B. (2017). *Subjetividades en el Espacio Público la ciclovía de la ciudad de Bogotá*. Bogotá: Editorial Universidad de Cádiz y Universidad Pedagógica Nacional.
- Rojas, Y. (2014). La historia de las áreas protegidas en Colombia, sus firmas de gobierno y las alternativas para la gobernanza. *Sociedad y Economía* .No. 27. pp. 155-176.
- SINAP. (2014). *Sistema Nacional de Parques Naturales de Colombia*. Recuperado de <http://www.parquesnacionales.gov.co/portal/es/sistema-de-parques-nacionales-naturales>.
- Universidad Pedagógica Nacional (2013). *Documento Maestro Programa Licenciatura en Recreación*. Bogotá, UPN.
- Ziperovich, A. (2004). *Turismo y recreación*. México: Trillas.

BUENAS PRÁCTICAS DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA PARA LA CONSERVACIÓN DE LA RESERVA TAHAMÍES UBICADA EN EL MUNICIPIO DE GUARNE ANTIOQUIA, COLOMBIA

Cindy Marcela Ossa Cardona.

Resumen

La investigación se centró en el estudio de buenas prácticas para la sostenibilidad turística en la Reserva Tahamíes, para promover la puesta en marcha de una serie de propuestas relacionadas con el desarrollo de actividades ecoturísticas basadas en la sostenibilidad.

Para la realización de este estudio se empleó entrevistas dirigidas al propietario y a los turistas que ingresan a la reserva como insumo principal para reconocer la oferta ecoturística, la sostenibilidad y la percepción del turista frente a la Reserva; Se realizó una guía de observación dentro del área basada en la aplicación de parámetros dados en las normas técnicas colombianas sectoriales: NTS-TS001-1 Destino turístico. Requisito para la sostenibilidad, NTS-TS004 Establecimientos gastronómicos y bares, NTS-TS002 Establecimientos de alojamiento y hospedaje NTS-TS006-2 Sedes para eventos, congresos, ferias y convenciones; Posteriormente se llevó a cabo un plan básico de manejo ambiental para el turismo basado en los resultados obtenidos en la guía de observación y las entrevistas realizadas, con el fin de generar una serie de recomendaciones a través de programas efectuados en la Reserva Tahamíes que contribuya al aporte de elementos básicos para el fomento de la sostenibilidad turística.

Palabras clave: Ecoturismo; áreas protegidas; turismo sostenible; buenas prácticas de sostenibilidad turística.

Abstract

The research focused on the study of good practices for tourism sustainability in the Tahamíes reserve, to promote the launch of a series of proposals related to the development of ecotourism activities based on sustainability.

For the accomplishment of this study, interviews were used directed to the owner and to the tourists who enter the reserve as main input to recognize the ecotourism offer, the sustainability and the perception of the tourist in front of the reserve; An observation guide was made within the area based on the application of parameters given in the sectoral Colombian technical standards: NTS-TS001-1 tourist destination. Requirement for sustainability, NTS-TS004 gastronomic establishments and bars, NTS-TS002 accommodation and lodging establishments NTS-TS006-2 venues for events, congresses, fairs and conventions; Subsequently, a basic environmental management plan for tourism was carried out based on the results obtained in the observation guide and the interviews carried out, in order to generate a series of recommendations through programs made in the reserve Tahamíes that contributes to the contribution of basic elements for the promotion of tourism sustainability.

Keywords: ecotourism; protected áreas; sustainable tourism; good practices of tourist sustainability.

1.INTRODUCCIÓN

La Reserva Tahamíes ubicada en el municipio de Guarne, vereda la Hondita, En límites con las veredas la Clara por el oriente, la Honda por el occidente, la Brizuela por el norte y San José por el Sur, del municipio de Guarne, en el Departamento de Antioquia (Colombia), se considera un lugar estratégico ya que posee una riqueza paisajística evidenciada en la diversidad de flora y fauna, además de su riqueza hídrica; siendo por tanto necesaria su conservación (Massa, 2016).

Reconociendo que las reservas naturales son lugares de alta vulnerabilidad debido a actividades antrópicas que lo deterioran y ponen en riesgo su permanencia, sumado a que por lo general estos sitios por su belleza natural pueden llegar a convertirse en espacios muy demandados desde un punto de vista turístico, se deben gestionar y buscar buenas prácticas de turismo sostenible para aumentar sus impactos favorables y reducir los impactos negativos, propios de la actividad turística que se esté implementando es este tipo de lugares.

Es por esto por lo que se hace necesario, según Mongue y Yagüe (2016), “asumir que sólo mediante una planificación, desarrollo y gestión rigurosa, los beneficios del turismo podrán ser optimizados y los problemas reducidos a un mínimo; dado que la total

eliminación de estos no parece posible” (p.4). No obstante, con una protección efectiva se puede establecer un equilibrio entre ambas partes.

La validez de esta investigación radica principalmente en que la Reserva Tahamíes aún no ha sido objeto de estudio en relación con la conservación y el desarrollo de actividades turísticas. Tampoco cuenta con una caracterización acerca de la cantidad de visitantes que ingresan a este lugar, su grado de satisfacción y los servicios que se ofrecen. Por lo que se llevará a cabo una investigación exploratoria para analizar las prácticas turísticas sostenibles que aporten a la conservación del sitio. Para esto se aplicarán diversos instrumentos de recolección de la información como guías de observación y formatos de entrevistas para establecer un plan básico que contribuya a la sostenibilidad del área.

2.OBJETIVOS

2.1. General

Analizar buenas prácticas de sostenibilidad turística que fortalezcan la conservación ambiental en la Reserva Tahamíes del municipio de Guarne, Antioquia

2.2. Específicos

Identificar y estudiar las prácticas turísticas que se vienen desarrollando en la Reserva Tahamíes.

Estimar un plan básico para el fortalecimiento de la sostenibilidad ambiental en la Reserva Tahamíes como lugar con vocación turística.

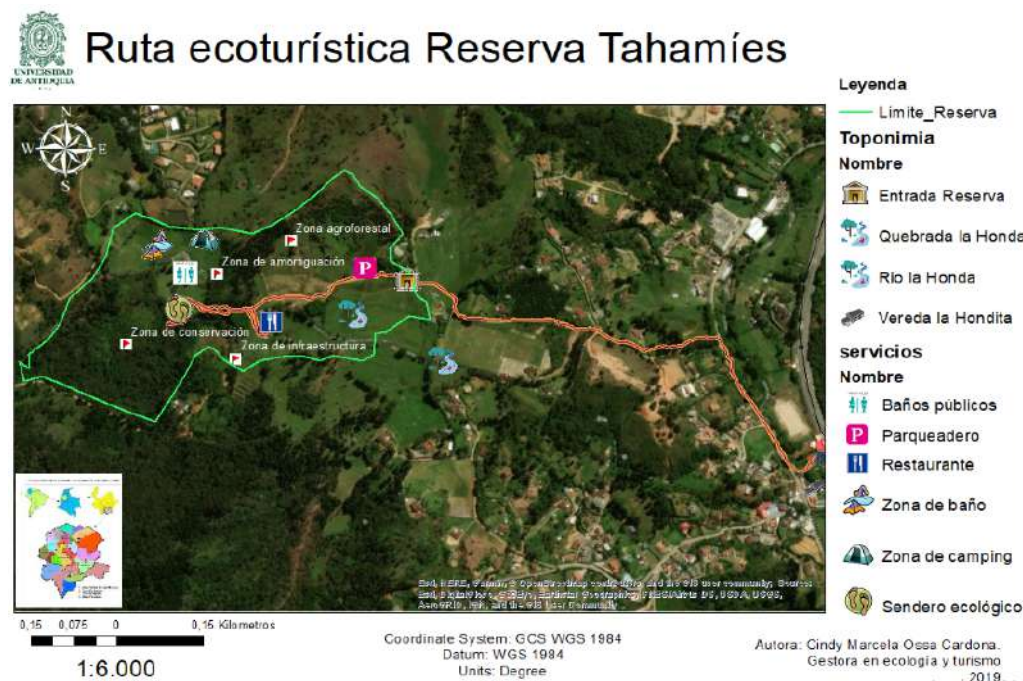
3.METODOLOGÍA

3.1. Localización y área de investigación

La Reserva Tahamíes es un predio ubicado en la vereda la Hondita, del municipio de Guarne Antioquia, con una extensión total de 14 hectáreas, es un espacio protegido, certificado y amparado por parques nacionales naturales de Colombia, en proceso para catalogarse como reserva natural de la sociedad civil, además de ser un ecosistema estratégico para el municipio de Guarne, gracias los bienes y servicios que brinda, principalmente el abastecimiento del recurso hídrico ya que es el nacimiento y paso de la

quebrada la Honda(ver figura1) donde se recoge gran parte de su fuente para el acueducto de la vereda la Hondita y Hojas Anchas del municipio.

Figura 1: Delimitación de la Reserva Tahamíes.



Fuente: elaboración propia

3.2. Método

Para llevar a cabo el estudio, se dio inicio al rastreo y recopilación de información secundaria referente a la temática de investigación que permitió la comprensión de importantes estudios que facilitaron la redacción de la propuesta, la mayoría desde un enfoque descriptivo con algunos instrumentos cualitativos. Con relación a lo anterior, cabe aclarar que la investigación es de tipo exploratorio, ya que la investigadora se está acercando por primera vez al tema y considerando que, como se expuso en la introducción, no se cuenta con trabajos previos sobre la Reserva o la Subregión en relación directa al problema aquí abordado; Aplicando distintos instrumentos como:

3.2.1. Guías de observación

Se realiza una guía de observación con un formato de elaboración propia donde se describen los sitios estratégicos de la reserva, así como su información general, extensión, ubicación y servicios que presta, además de una descripción física del sitio, donde se muestre la ubicación de senderos ecológicos, sitios de observación para fauna silvestre y sus recursos biológicos asimismo la existencia de fuentes hídricas, como apoyo en la elaboración de recomendaciones para el plan de manejo

3.2.2. Entrevistas semiestructuradas

Se aplica entrevista a aquellos turistas que ingresan a la Reserva Tahamíes, con el fin de determinar la percepción del destino y la sostenibilidad turística del sitio.

3.2.3 Plan básico ambiental

Teniendo en cuenta la información arrojada en las entrevistas semiestructuradas empleadas y la guía de observación aplicada en la Reserva Tahamíes se establece un plan básico ambiental para proponer una serie de recomendaciones empleadas a través de programas y actividades que se puedan efectuar en el sitio bajo el enfoque de buenas prácticas de turismo sostenible, como respuesta a uno de los objetivos planteados en el proyecto.

4.RESULTADOS

4.1. Plan de manejo ambiental para el turismo en la Reserva Tahamíes

Como resultado de la elaboración de una guía de observación basada en la aplicación de parámetros establecidos en las normas técnicas colombianas sectoriales: NTS-TS 001-1 Destino turístico. Requisito para la sostenibilidad, NTS-TS 004 Establecimientos gastronómicos y bares, NTS - TS 002 Establecimientos de alojamiento y hospedaje, NTS-TS006-2 Sedes para eventos, congresos, ferias y convenciones y la aplicación de entrevistas semiestructuradas tanto a turistas que ingresaron al sitio como a la administradora de la Reserva Tahamíes que nos arrojaron unos resultados posibles para la formulación de un plan de manejo ambiental (PMA), ya que según la guía de buenas prácticas para prestadores de servicio de Naturaleza(2014), es necesario crear prácticas de gestión sostenible en la prestación de servicios turísticos para así generar mayor

productividad y competitividad, es por esto que a continuación se establece un plan de manejo ambiental con programas y proyectos a realizar dentro de la Reserva Tahamíes ver tabla(1,2,3) que sirve como insumo principal para fortalecer las buenas prácticas de sostenibilidad turística.

4.1.1 Plan de manejo ambiental con programas y proyectos

Tabla 1: Programa plan de manejo ambiental.

Programa para el manejo ambiental	CÓDIGO: PMA_AMB_01							
	Fecha: abril 2019			Versión: 01				
Objetivo general: Evaluar mediante acciones de manejo como educación ambiental, investigación y monitoreo, los impactos negativos sobre la flora, fauna y áreas verdes que se encuentran en la Reserva Tahamíes								
Objetivos específicos:								
<ul style="list-style-type: none"> -Identificar los planes de educación ambiental implementadas en la Reserva Tahamíes. -Reconocer las investigaciones de la Reserva Tahamíes, así como las realizadas por diferentes instituciones acerca de la flora y fauna del lugar. -Formular un portafolio de investigación enfocado en la fauna y flora más vulnerables por las actividades ecoturísticas en la Reserva Tahamíes. -Construir un plan de educación ambiental enfocado en mitigar y prevenir las actividades que generen impacto en la biodiversidad de la Reserva Tahamíes. -Generar una batería de indicadores que permita el monitoreo del componente fauna y flora de la Reserva. 								
Meta: Disminuir los efectos generados en el medio ambiente por las actividades turísticas								
Impacto(s) a manejar: Diversidad biológica, áreas protegidas, gestión del agua, gestión de energía, uso de productos químicos, gestión y manejo de residuos, conservación y manejo del recurso hídrico								
Tipo de medida	Prevenir	x	Mitigar	x	Corregir	x	Compensar	X
Actividades relacionadas del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> -Registro periódico en el desarrollo de actividades turísticas, en especial turismo contemplativo y senderismo con el fin de verificar la minimización de los impactos negativos generados sobre la flora y fauna de la Reserva Tahamíes. -Capacitar a aquellos prestadores de servicio turístico, residentes y visitantes sobre la flora y fauna presentes en la Reserva Tahamíes e indicar su importancia de estos. -Evitar el deterioro progresivo sobre la cobertura vegetal endémica de la zona protegiendo el recurso hídrico presente en la Reserva Tahamíes. -Controlar la entrada de residuos a la zona de conservación de forma 							

	<p>continua.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Programas de sensibilización dentro de la Reserva Tahamíes para replicar prácticas que contribuyan al ahorro de agua y energía -Colocar las canecas adecuadas para realizar separación en la fuente de colores azul, blanco, roja, y/ verde o las cuales corresponden a papel y cartón, vidrio y metal, residuos peligrosos y material orgánico respectivamente. -Crear baños secos dentro de la Reserva Tahamíes que contribuya al ahorro del agua.
Lugar de aplicación: Reserva Tahamíes	
Población beneficiada: Turistas, trabajadores y propietarios de la Reserva Tahamíes	
DESCRIPCIÓN DE MEDIDAS DE MANEJO AMBIENTAL:	
Mecanismos y estrategias participativas: vinculación con grupos de estudios universitarios en la investigación, creación de grupos ecologistas en los municipios, lanzamiento de propuesta a Juntas de acción comunal, realización de foros regionales donde participe la Reserva Tahamíes.	
Personal requerido: presencia de la corporación autónoma regional Cornare, biólogos, profesionales en turismo, ingenieros ambientales.	
Indicadores de cumplimiento: número de planes de monitoreo de impactos causados a la flora, fauna y áreas verdes de la zona, inventario de especies de fauna y flora en la Reserva Tahamíes, reducción del consumo de energía, control de asistencia a inducciones y capacitaciones, reducción del consumo de agua, disminución de generación de residuos.	
Responsable de la ejecución: Reserva Tahamíes	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Programa de manejo para el ámbito sociocultural.

Programa de manejo para el ámbito sociocultural	CÓDIGO: PMA_AMB_01	
	Fecha: Marzo 2019	Versión: 01
Objetivo general: Diseñar una metodología participativa que permita la inclusión de la comunidad en las actividades ecoturísticas de la Reserva Tahamíes.		

Objetivos específicos:							
-Establecer alianzas con líderes sociales del municipio donde se reconozca la Reserva en diferentes espacios públicos.							
-Unificar ideas y proyectos ejecutados por personas de la comunidad que pueda incluirse y materializarse en la Reserva Tahamíes.							
- Diseñar propuestas de inclusión laboral donde se vincule los habitantes de la vereda la Hondita.							
Meta(s): reducción máxima de las presiones que ejercen las dinámicas turísticas en la forma de vida cotidiana de la población local, integrar laboralmente la población local en la planificación y ejecución de la actividad turística de la Reserva Tahamíes.							
Impacto(s) a manejar: apoyo a las comunidades locales, satisfacción de la población residente.							
Tipo de medida	Prevenir	X	Mitigar	X	Corregir		Compensar
Actividades relacionadas del proyecto	-Utilizar a la actividad turística como vía para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, permitiendo principalmente la reducción de la pobreza y la conservación del patrimonio cultural. -Procurar una práctica turística segura, excelente y total a los visitantes con igualdad de oportunidades (turismo para todos). -Realización de dos talleres anuales sobre las actividades turísticas desarrolladas en la Reserva Tahamíes y la importancia del cuidado y la preservación de este, dirigida a la comunidad en general. -Establecer un sitio dentro de la Reserva para la venta de productos locales donde se vincule laboralmente a la comunidad.						
Lugar de aplicación: Reserva Tahamíes							
Población beneficiada: población local (vereda la Hondita) del municipio de Guarne y propietarios de la Reserva Tahamíes							
DESCRIPCIÓN DE MEDIDAS DE MANEJO SOCIOCULTURAL:							
Mecanismos y estrategias participativas: mesas de concertación y acuerdos, establecimiento de colectivos ecoturísticos para la venta de productos locales sostenibles dentro de la Reserva Tahamíes, Junta de acción comunal vereda la Hondita							
Personal requerido: trabajadores sociales que faciliten los procesos de concertación y participación, profesionales en el área de turismo							
Programas de manejo asociados: Programa de manejo ambiental							
Indicadores de cumplimiento: porcentaje de vinculación laboral en ámbitos turísticos, porcentaje de satisfacción de la población local frente a la actividad turística del municipio, porcentaje de satisfacción del turista al visitar el municipio							
Responsable de la ejecución: Reserva Tahamíes							

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Programa de manejo para el ámbito turístico.

Programa de manejo para el ámbito turístico	CÓDIGO: PMA_AMB_01
--	---------------------------

		Fecha: marzo 2019		Versión: 01		
Objetivo general: Establecer infraestructura sostenible que permita un mejor servicio en las actividades turísticas de la Reserva Tahamíes.						
Objetivos específicos: -Identificar el estado actual de los senderos ecoturísticos, infraestructura de paso, señalización, desmonte y recolección de residuos sólidos. - Proponer un plan de mantenimiento y/o mejoras a las instalaciones empleadas para el desarrollo de las actividades ecoturísticas en la Reserva Tahamíes.						
Meta(s): sensibilizar a los prestadores de servicio turístico en actividades desarrolladas en la Reserva Tahamíes, identificación de puntos de riesgo, áreas y zonas que necesitan señalización, adecuar senderos para todo tipo de público con las medidas y seguridades necesarias						
Impacto(s) a manejar: educación y capacitación a prestadores de servicio turístico, señalización del área turística, delimitación de senderos, satisfacción de los visitantes y turistas						
Tipo de medida:	Prevenir	X	Mitigar	X	Corregir	Compensar
Actividades relacionadas del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> -Identificar puntos y áreas que necesitan señalización de acuerdo con lo establecido en el manual de Identidad Visual y Comunicación para parques nacionales naturales de Colombia, elaborado en el año 2015. -Identificar de puntos de riesgos en la Reserva Tahamíes. -Realizar el diseño de placas informativas para especies forestales e instalar en lugares visibles para los turistas. -Diseñar e instalar señalización sobre riesgos, senderos, prohibiciones -Diseño y ubicación de un mapa general de la distribución de la Reserva Tahamíes Establecer un buzón de sugerencias donde se evalúe PQR para los prestadores de servicio turístico de la Reserva Tahamíes. -Realizar encuestas permanentes donde se visualice el grado de satisfacción del turista. 					
Lugar de aplicación: Reserva Tahamíes						
Población beneficiada: turistas, visitantes y propietarios de la Reserva Tahamíes						
DESCRIPCIÓN DE MEDIDAS DE MANEJO TURISTICO:						
Mecanismos y estrategias participativas: contacto directo con el turista, establecimiento de propuestas para la adecuación de senderos sostenibles dentro de la Reserva Tahamíes, buzón de quejas, sugerencias y/o felicitaciones						
Personal requerido: ingenieros civiles, profesionales en el área de turismo.						
Programas de manejo asociados: Programa de manejo ambiental.						
Indicadores de cumplimiento: grado de satisfacción del turista, acceso de topo tipo de público						

facilidad de ubicación dentro de la Reserva Tahamíes, grado de accidentalidad en senderos ecológicos.

Responsable de la ejecución: Reserva Tahamíes

Fuente: Elaboración propia

5.CONCLUSIONES

1.El plan básico de manejo ambiental para el turismo se convierte en un elemento importante para la planificación en turismo sostenible de la Reserva Tahamíes, al efectuar una serie de programas y actividades que favorezca las buenas prácticas en turismo, es por esto que gracias a la realización de entrevistas semiestructuradas y la guía de observación fue posible determinar aquellas falencia que la Reserva Tahamíes presentaba en cuanto a la sostenibilidad turística ,para establecer el plan de manejo con una serie de propuestas y actividades que contribuya a la prevención y mitigación de impactos para disminuir la presión que ejerce las actividades turísticas en el componente ambiental y sociocultural del sitio, asimismo para dar cumplimiento al el objetivo planteado en el presente trabajo que es la búsqueda de las buenas prácticas de sostenibilidad turística.

2.De acuerdo con la guía de observación efectuada se determina algunas amenazas que presenta la cobertura natural en la Reserva Tahamíes, ya que el desconocimiento de especies de fauna y flora importantes para la protección y la carencia de señalización en senderos pueden ocasionar daños en el ecosistema.

3.Gracias a la diversidad de fauna y flora la Reserva Tahamíes puede convertirse en un espacio propicio para desarrollar actividades investigativas, así mismo ser aprovechado como un espacio de educación ambiental que contribuya a la conservación del sitio.

6.RECOMENDACIONES

En síntesis, Como principal recomendación se determina aplicar las medidas y acciones propuestas en el Plan Básico de Manejo Ambiental, ya que todas las recomendaciones se encuentran implícitas en las fichas de manejo realizadas con acciones puntuales a seguir para reducir el impacto generado por las actividades desarrolladas en la Reserva Tahamíes.

7.BIBLIOGRAFIA

- Bogotá. (2014). Guía para las buenas prácticas de prestadores de servicio de naturaleza. Sector Turismo de Naturaleza - Programa de Transformación Productiva – 2014
- Massa, F. (2016) Planificación y gestión sostenible del turismo en Espacios Naturales Protegidos: Formulación de una propuesta para la Laguna y Arenal de Valdoviño (Galicia, España), (tesis de pregrado) recuperado de: <http://hdl.handle.net/2183/181>
- Ministerio de comercio, industria y turismo. (2018). NTS – TS 001-1. destinos turísticos - área turística. requisitos de sostenibilidad. 2014. pdf [file]
- Ministerio de comercio, industria y turismo. (2018). NTS - TS 002 Establecimientos de alojamiento y hospedaje. 2014.pdf
- Ministerio de comercio, industria y turismo. (2018). NTS-TS004 Establecimientos gastronómicos y bares. 2008. pdf [file]
- Ministerio de comercio, industria y turismo. (2018). NTS-TS006-2 Sedes para eventos, congresos, ferias y convenciones .2012. pdf [file]
- Mongue y Yagüe, R. (2016) El desarrollo turístico sostenible Tren Crucero del Ecuador, Estudios y perspectivas en turismo.25(1),4.

TURISMO COMUNITARIO Y POLÍTICAS PÚBLICAS TURÍSTICAS EN ECUADOR: UN ANÁLISIS DE LAS COMUNIDADES DE LA NACIONALIDAD WAORANI EN EL PARQUE NACIONAL YASUNÍ

Ing. Angélica Calle Calderón¹
MSc. Marcela Costa Bifano de Oliveira²
Dr. Marcow-Alberto Rodríguez Sandoval³

Resumen

El presente artículo tiene por objetivo estudiar la relación de las comunidades de la nacionalidad Waorani en el Parque Nacional Yasuní, que desarrollan turismo comunitario, en contraste con las políticas públicas direccionadas a esta temática en el Ecuador. Con un abordaje desde los ejes anclados a este modelo de gestión, se hace un análisis teórico acerca de los orígenes del turismo comunitario definiéndolo como un modelo de gestión sostenible. La investigación se basa en un enfoque cualitativo, de tipo exploratorio y utiliza un diseño de estudio de caso y etnográfico, con una revisión bibliográfica y documental preliminar de las políticas turísticas de Ecuador para analizar la importancia del turismo comunitario a lo largo del tiempo. Posteriormente en la labor y observación de campo se realiza con entrevistas semi-estructuradas a dirigentes comunitarios, con el propósito de obtener criterios y opiniones de estos actores versados en el tema de la presente investigación. En los resultados, los datos se contrastan arrojando que las comunidades de estudio son invisibilizadas por las políticas públicas actuales que debilitan estas iniciativas sustentables.

Palabras clave: turismo comunitario; Ecuador; Yasuní; Waorani; políticas públicas.

Abstract

The objective of this article is to study the relation of Waorani communities in the Yasuni National Park, that are developing community-based tourism in contrast to the public policies directed at this topic. With an approach from the principles anchored in this

1 Universidad UTE, Ecuador. aangiec37@gmail.com

2 Universidad de Guadalajara, México. marbifano@gmail.com

3 Universidad UTE, Ecuador. mrodriguez@ute.edu.ec

tourism management model, it analyzes the origins of community tourism, defining it as a sustainable management model. The research is based on a qualitative, exploratory approach and uses a case study and an ethnographic design. It reviews, literature and documents on Ecuador's tourism policies to analyze the importance given to community tourism over time. Subsequently field observation and semi-structured interviews were conducted with actors versed in the subject with the purpose to obtain criteria, opinions and comments. In the results, the data are contrasted with the studied communities which are invisible to the current public policies that weaken these sustainable initiatives.

Keywords: community-based tourism; Ecuador; Yasuní; Waorani; public policies.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Reseña Parque Nacional Yasuní

Persiguiendo el concepto de sostenibilidad se han desarrollado variadas estrategias a nivel mundial; un ejemplo de ello son las áreas protegidas visitadas por turistas anualmente y, para referirse a estas en el Ecuador, el Ministerio del Ambiente (MAE, 2013) sostiene lo definido en el 2008 por Dudley, quien se refiere a que la instauración de estos espacios geográficos es la conservación de la naturaleza y todos sus valores culturales a largo plazo.

El MAE (2011) señala que el Parque Nacional Yasuní (PNY) es un área protegida, ubicada en las provincias de Orellana y Pastaza, entre los ríos Napo y Curaray, con una extensión de 1'022.736 hectáreas. Alberga minorías lingüísticas y nacionalidades en su territorio. Fue creado en 1979 y, en 1989, la UNESCO lo reconoció, junto al territorio Waorani y la Zona Intangible Tagaeri - Taromenane (ZITT), como Reserva de la Biosfera, constituyéndose en un sitio de gran interés mundial, debido a su importancia científica. El mismo documento menciona que en el Parque existe extracción hidrocarburífera, a gran escala, condición que discrepa con la importancia y la potencialidad del lugar.

Por este motivo el turismo, en particular el turismo comunitario como modelo de gestión, se convierte en una alternativa y una elección válida para la generación de ingresos de las comunidades indígenas que viven en el PNY. Considerando la argumentación de Pérez (2015) en donde se haya al turismo, por un lado, positivo como fuente económica para los pueblos indígenas; y, por otro, una dominación neocolonial; existiendo situaciones que se

vende a la imagen del indígena como algo exótico, cuando realmente es un ser humano, con distinta cosmovisión y con igualdad de derechos.

1.2. Origen del turismo comunitario

La primera vez que se trata en un texto científico el término turismo comunitario o en inglés *community-based tourism* (CBT), fue en la obra titulada *Tourism: A Community Approach* en donde se menciona que: “*A community-based tourism destination may be viewed by adopting an ecosystem approach, where visitors interact with local living (hosts, services) and non-living (landscape, sunshine) to experience a tourism product*” (Murphy 1985 en Jamal y Getz, 1995, p.188).

Posteriormente, en la publicación *Alternative or community-based tourism* apareció por primera vez el concepto y, en este, se otorga una concepción de turismo de base comunitaria y señala que es un conjunto de servicios al turista, ofertado desde las personas locales (Dernoi, 1988).

En el Ecuador, a finales del siglo XX las políticas públicas no tomaban muy en cuenta el sector rural ecuatoriano, de modo que los operadores turísticos solo usaban a ese sector de la población como recurso de aprovechamiento para alcanzar objetivos propios y no de las comunidades locales. El turismo comunitario surgió en el país en los 80's como respuesta a las brechas existentes en el desarrollo y, según Cabanilla (2016), gracias a varios estudios se evidencia a este país como pionero a nivel mundial en encabezar un proceso de turismo latinoamericano, entre otros temas, porque el Ecuador fue el primer país donde se formalizó una red de turismo comunitario, conocida actualmente como la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE).

En esta medida, el turismo comunitario desde la perspectiva de la FEPTCE según su concepto dado en el año 2002, citado por Cabanilla (2016), emplea aspectos característicos que se mantienen hasta la actualidad, como por ejemplo la economía solidaria, manejo adecuado de recursos naturales, valoración del patrimonio cultural y equidad, acompañado de la distribución de beneficios.

Este primer concepto, dentro de este proceso de lucha desde las comunidades locales, ha tenido leves transformaciones hasta el que se utiliza hoy desde el 2014. Esta última definición de la FEPTCE, citada en Cabanilla (2014) toma en cuenta viajes organizados que son servicios turísticos, como lo destaca previamente Dernoi, pero que añade

aspectos nuevos, como la relación que posee el turismo con los derechos culturales y territoriales de los pueblos y nacionalidades; con una distribución de beneficios anteriormente señalados de manera equitativa.

De ese modo, el turismo comunitario en Ecuador, para que sea llamado como tal, requiere del control de la gestión y las ganancias estén a cargo de las comunidades; con el objetivo de relacionar armónicamente la cultura y el ambiente, la economía solidaria, los derechos de los pueblos, entre otros.

1.3. Turismo comunitario como un modelo de gestión sostenible

Para la sostenibilidad es necesario la aplicación de una gestión acorde a las urgencias que demanda la protección de la naturaleza. Al recordar el concepto de desarrollo sostenible dado en 1987, cuando la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, mayormente conocido como Informe Brundtland, lo enmarca como un desarrollo que al satisfacer las necesidades del presente no compromete la capacidad de satisfacción de las necesidades de las futuras generaciones, bajo tres pilares que son: social, ambiental y económico (Brundtland, G. H. Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, 1987).

Siguiendo la construcción de lo que hoy es el turismo comunitario, gracias a iniciativas como la realizada en el año 2001 en el Ecuador, con la Declaración de Otavalo sobre turismo comunitario sostenible, competitivo y con identidad; y, en el año 2003, en la Declaración de San José, sobre Turismo Rural Comunitario, este turismo contribuye a mejorar la calidad de vida de la población (OIT, 2003 en Cabanilla, 2014).

Por tal razón, desde el concepto de turismo comunitario vertido por la FETPCE hasta los nuevos aportes académicos en esta temática, se desprenden varios ejes que se encuentran alineados al concepto de desarrollo sostenible y/o sustentable, que en la perspectiva de autores como Roux (2013) estos son: a) fortalecimiento organizativo; b) revitalización de la cultura; c) gestión del territorio; d) economía solidaria; y, recientemente han sido añadidos dos más de vital importancia, tanto para la FETPCE como para las comunidades, y son: e) gobernanza; y f) calidad.

Los ejes de este modelo de gestión están estrechamente relacionados con la sustentabilidad y/o sostenibilidad, dado que una gestión turística manejada por la población local permite que los ingresos generados permanezcan en gran parte en la

comunidad anfitriona, y surge como una propuesta de turismo lento, el cual, según Rivera (2013), es un turismo en base a la elección, de parte del turista, por viajes más pausados y relajados que contribuyen a comportamientos respetuosos con el medioambiente y la cultura local.

Las actividades económicas relacionadas al turismo deben nacer de una decisión propia de las comunidades locales, que el modelo de gestión turístico utilizado les permita estar a cargo del control administrativo y de las utilidades, debido a que: “sin los pueblos indígenas, el desarrollo inclusivo, sostenible y orientado hacia el combate de la pobreza no será posible” (Organización Internacional del Trabajo, 2009, p.117); por tanto, el turismo comunitario “al ser un modelo de gestión, se equipara con la sostenibilidad [...] mejora todos los aspectos de la vida, para lograr un equilibrio armonizado y de bien común” (Cabanilla, 2016, p.50).

En este sentido, el turismo comunitario nace dentro de un marco en el que los beneficios se distribuyen, de una manera global, dentro de las comunidades y está a acorde a espacios naturales, lo que conlleva a un aporte para la preservación de áreas protegidas, debido al consumo pausado de recursos, a través de los procesos que involucran a las comunidades, diferenciándose del turismo tradicional cuyo fin último es alcanzar utilidades.

2. OBJETIVO

Analizar las comunidades de la nacionalidad Waorani asentadas ancestralmente en el Parque Nacional Yasuní, que desempeñan en los últimos años actividades de turismo comunitario, en contraste con las políticas públicas direccionadas a esta temática.

3. METODOLOGÍA

A fin de identificar el contraste existente entre el turismo comunitario gestionado por las comunidades de la nacionalidad Woarani en el PNY y la importancia que dan las políticas públicas hacia esta modalidad de turismo, se hizo una investigación que parte de un enfoque cualitativo, de tipo exploratorio y utiliza un diseño de estudio de caso y etnográfico (Hernández, Fernández y Baptista., 2014), comprendida en tres etapas. Los sujetos de estudio fueron dos dirigentes comunitarios, utilizando entrevistas semi-estructuradas.

Etapa 1. Se hizo una revisión bibliográfica y documental de las políticas turísticas de Ecuador, para verificar cuál es la importancia que ha sido dada por el gobierno al turismo comunitario en el país. Fueron analizados cuatro documentos: 1) Ley de Turismo, 2014; 2) Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador (PLANDETUR 2020); 3) Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios, 2010; y, 4) Plan de Manejo del Parque Nacional Yasuní, 2011.

Etapa 2. A dirigentes comunitarios se les entrevistó, en el período de julio a octubre de 2018, y se agregó una entrevista hecha en el año de 2015, con el fin de identificar, de lo expresado por las comunidades, acciones inherentes al desarrollo sustentable, a través de los ejes anclados al modelo de gestión de turismo comunitario y, extraer los efectos de las políticas públicas empleadas dentro del Parque, con el fin de constatar si las comunidades tienen el apoyo necesario para desarrollar y fortalecer sus emprendimientos.

Etapa 3. El análisis se ha fundamentado en la triangulación de datos, que es la “utilización de diferentes fuentes y métodos de recolección” (Hernández et al., 2014, p.418). Ha sido esencial la documentación oficial en la reconstrucción de la política pública; mientras que, la experiencia comunitaria para relacionarlas con la realidad de las comunidades.

4. RESULTADOS

4.1. Turismo y comunidades de nacionalidad Waorani en el Yasuni

Las comunidades al pertenecer a la última nacionalidad indígena en ser contactada en el Ecuador, autores como Rivas y Lara (2001) mencionan que hace aproximadamente sesenta años cuando no tenían acercamiento con la sociedad occidental se dedicaban específicamente a la caza y a la pesca para su subsistencia, contrayendo alianzas parentales, en medio de guerras entre ellos y otros grupos de la zona.

Esto es corroborado en la entrevista a Nig (2018), uno de los dirigentes comunitarios de la nacionalidad Waorani relata que antes de ser contactados habitaban en ese territorio ancestralmente y eran como los *Taromenane*, pueblo no contactado de la Amazonía ecuatoriana. Con respecto al turismo asegura que “estamos empapados de petroleros, entonces dar más vida al turismo y que frene a los petroleros, si no hay esa emoción de trabajar en turismo toda la gente se va a dedicar a eso” (Nig, 2018). Es decir, que tienen

al turismo como esa alternativa frente a las actividades extractivas; en la zona, actividades que fueron el principal motivo de interés para ser contactados hace pocas décadas.

En el Ecuador a pesar de no existir una base oficial del turismo comunitario de la nacionalidad Waorani, es reconocido tanto por actores públicos como privados, siendo mencionado en varios textos y sitios web oficiales (Calle, 2019). A partir del análisis de campo se pudo identificar que son cinco las comunidades activas de la nacionalidad Waorani que realizan turismo comunitario dentro del Parque Nacional Yasuní: Nampaweno, Miwaguno, Yawempare, Guillero y Bameno.

Según Nig (2018) comunidades de Miwaguno y Bameno que gestionan el turismo comunitario son asociaciones. Dicha figura no es reconocida por los dos ministerios encargados de regular las actividades turísticas dentro del Parque. Por su parte, en la comunidad de Guillero recibe turistas desde hace varios años; sin embargo, el dirigente comunitario G (2018) señala que aún no es regulado legalmente el territorio en el que se asienta su comunidad.

Siendo el turismo una realidad en estas comunidades, la inexistencia de una base oficial hace que no puedan acceder a beneficios fiscales. Esta imposibilidad de legalización es debido a que los emprendimientos mencionados no encuentran mecanismos para alcanzar los requisitos como centros de turismo comunitario (CTC), lo que debilita la posibilidad de apoyo por parte del sector público para capacitación, financiamiento y promoción turística de estas comunidades.

4.2 El reto política pública, turismo comunitario en el Yasuní

En el análisis de las políticas públicas relacionadas al turismo comunitario en el Ecuador identifica que, en la Ley de Turismo, emitida en el 2014, no lo menciona; sin embargo, en el Art. 14 señala que el Consejo Consultivo de Turismo, estará integrado por ocho miembros, con voz y voto; uno de ellos es el representante de la FEPTCE (Registro Oficial Suplemento No. 733, 2014). A pesar de ser minoría, evidencia gran importancia al sector.

En el análisis del PLANDETUR 2020, elaborado en el año 2007, se distingue al programa “Desarrollo y Fortalecimiento del Turismo Comunitario para el Turismo del Ecuador” (Ministerio de Turismo, 2007, p. 61). Este tiene por objetivo fortalecer el turismo comunitario a nivel nacional. El programa presenta nueve proyectos con temas como

capacitación, financiamiento, profesionalización, entre otros; sin embargo, no dice el cómo se debe hacer.

En el proyecto siete del Programa se menciona "... la profesionalización de los recursos humanos resulta clave para la imagen del turismo en Ecuador" (Ministerio de Turismo, 2007, p.63). Es decir, la preparación a nivel profesional para la imagen del país, mas no para el mejoramiento de las habilidades de las comunidades, o en su calidad de vida.

Se evidencia una búsqueda mercadológica, más que una atención para atender a las necesidades de las comunidades. Tal es el caso que el proyecto ocho se enfoca en "el fortalecimiento de la promoción, mercadeo y comercialización del producto turístico comunitario" (Ministerio de Turismo, 2007, p.63), lo que refleja la percepción del turismo comunitario como un producto y no como un medio para lograr el turismo sostenible. No otorga directrices para apoyar a las comunidades en el fortalecimiento de sus capacidades.

En el Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios, elaborado en 2010 por el Ministerio de Turismo (MINTUR), consta como objetivo normar el ejercicio de los centros turísticos comunitarios; paradójicamente, muchos centros en Ecuador y ninguno de la nacionalidad Waorani no tienen el certificado de CTC, por las dificultades impuestas en el mismo reglamento, a pesar que se menciona que los CTC "recibirán del Ministerio de Turismo [...] todas las facilidades necesarias para el desarrollo de las actividades turísticas" (Registro Oficial No. 154, 2010, p.4).

Los requisitos para lograr el reconocimiento del MINTUR son, muchas veces, inalcanzables para la mayoría de las comunidades. Las exigencias van desde el pago del "uno por mil de los activos fijos de uso turístico y la cancelación del valor por concepto de registro" (Registro Oficial No. 154, 2010, p.3), la capacitación profesional, hasta el cumplimiento de estándares mínimos de calidad. Siendo una dificultad en el procedimiento y no hay ningún programa que incentive a las comunidades a alcanzar los requisitos. Esto contradice el Art. 6 del Reglamento que atribuye, como función del MINTUR, "promover y fomentar el desarrollo de los centros de turismo comunitario para el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores" (Registro Oficial No. 154, 2010, p.2).

El Plan de Manejo en relación al turismo tiene como objetivo la promoción y regulación del turismo sostenible mejorando los servicios turísticos y control de los visitantes y regulación de los sitios turísticos (Ministerio del Ambiente, 2011). Sin embargo, en este

Plan no hay ninguna orientación para las comunidades, como tampoco algún programa o departamento del MINTUR para orientarlas en asuntos de turismo comunitario.

Por el contrario, se evidencia la utilización del turismo comunitario como un producto de atractivo internacional, sin fortalecer las bases necesarias dentro de las comunidades. Para reforzar esta realidad, según Parra (2015), menciona que casi la mayor parte del turismo comunitario no ha tenido un apoyo gubernamental y, más bien, han salido adelante gracias a dos aspectos: pequeños apoyos de cooperación internacional y el esfuerzo de la gente de las comunidades

5. CONCLUSIONES

De lo analizado en las políticas y los programas direccionados al turismo comunitario, se refieren a este como un producto atractivo para comercializar y atraer más turistas; y, consecuentemente, más dinero al país. Sin embargo, no hay acciones concretas para ayudar a las comunidades a fortalecer sus mecanismos internos para mantener su calidad de vida.

De los resultados se concluye que los emprendimientos de turismo comunitario de la nacionalidad Waorani, frente a las posibilidades disponibles en las políticas públicas vigentes en el Ecuador y, particularmente, en el PNY, debilitan estas iniciativas.

Se enfatiza en la importancia de políticas públicas direccionadas a las comunidades que trabajan en el turismo comunitario ya que, al comparar con otros modelos de gestión turística, es un fenómeno reciente y no cuenta con políticas públicas claras y accesibles para su normal desarrollo dentro del PNY; por lo tanto, se requiere de estrategias que otorguen a las comunidades mayor representatividad y poder de negociación.

Se identifica la necesidad garantizar la calidad de vida de los habitantes, a través de beneficios de orden fiscal, con la construcción adicional de políticas locales que permitan impulsar a las comunidades en el desarrollo y promoción del turismo comunitario, a través de procesos que las involucren, ya que enfrentan muchas dificultades para establecerse en un desarrollo sustentable dentro del Parque.

REFERENCIAS

- Brundtland, G. H. Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo (1987). *Nuestro futuro común*.
- Cabanilla, E. (2014). Ensaio sobre o concepto de turismo comunitario a partir da complexidade e da sua aplicação à realidade do Ecuador. *IX Congreso Internacional sobre Turismo Rural Ensaio o concepto de turismo comunitario a partir da complexidade e da sua aplicação à realidade do Ecuador*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=698143>
- Cabanilla, E. (2016). *Configuración socio-espacial del turismo comunitario. Caso República del Ecuador*. (Tesis doctoral), Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina.
- Calle, A. (2019). *Análisis de la gestión del turismo comunitario en el Parque Nacional Yasuní caso: nacionalidad Waorani, provincia de Orellana* (Tesis pregrado), Universidad UTE, Quito, Ecuador.
- Dernoi, L. A. (1988). Alternative or community-based tourism. *Tourism—A vital force for peace*. Pp.81-95.
- G, A. (2018). *Gestión del turismo comunitario Guillero/ Entrevistadora Angélica Calle*. Entrevista personal, comunidad Guillero. Ecuador.
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Sexta edición. México, DF: McGrawHill Education.
- Jamal, T. y Getz, D. (1995). Collaboration Theory and Community Tourism Planning. *Annals of tourism research*, 22(1), 186-204.
- Ministerio de Turismo (2007). Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador [PLANDETUR]. Ecuador.
- Ministerio del Ambiente (2011). *Plan de manejo Parque Nacional Yasuní*, Ecuador.
- Ministerio del Ambiente (2013). *Áreas protegidas*. Recuperado de: <http://www.ambiente.gob.ec/areas-protegidas-3/>
- Nig, F. (2018). *Gestión del turismo comunitario Nampaweno/ Entrevistadora Angélica Calle*. Entrevista personal, exteriores oficina turística. Puerto Francisco de Orellana, Ecuador.
- Organización Internacional del Trabajo (2009). *Derechos de los pueblos indígenas y tribales en la práctica*. Pro, 169. Ginebra. Recuperado de: http://pro169.org/res/materials/es/general_resources/Derechos%20de%20los%20PI%20en%20la%20Practica%20-%20una%20Guia.pdf
- Parra, G. (2015). *Turismo comunitario/ Entrevistadora Marcela Bifano*. Entrevista personal, Quito
- Pérez, X. (2015). Reflexión antropológica sobre el turismo indígena. *Desacatos, Revista de Antropología Social*, 47(52). Pp. 18-35.

- Registro Oficial No. 154 (2010). *Reglamento para los centros turísticos comunitarios*. Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS-COMUNITARIOS.pdf>
- Registro Oficial Suplemento No. 733 (2014). *Ley de Turismo*. Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Rivas, A. y Lara, R. (2001). *Conservación y petróleo en la Amazonia ecuatoriana Un acercamiento al caso huaorani*. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala.
- Rivera, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. *In Relaciones interculturales en la diversidad* (pp. 199-217).
- Roux, F. (2013). *Turismo comunitario ecuatoriano, conservación ambiental y defensa de los territorios*. Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador -FEPTCE. Recuperado de: https://www.academia.edu/7801608/Turismo_comunitario_ecuatoriano_conservacion_ambiental_y_defensa_de_los_territorios_FEPTCE_Estudio_completo_2013

LA BELLEZA ESCÉNICA COMO UN SERVICIO ECOSISTÉMICO EN UN ÁREA SILVESTRE PROTEGIDA. CASO DE ESTUDIO: PARQUE NACIONAL CONGUILLÍO

Msc. Sandra Fernández Alberti

Dr. Alejandro Ramón Espinosa Sepúlveda

Est. Javiera Zúñiga Prieto

Resumen

La demanda de recreación al aire libre ha ido creciendo de forma continua, donde los ambientes de montaña son muy apreciados por los turistas debido a la belleza escénica y su variada topografía, por tanto, la belleza escénica de los paisajes contribuye al bienestar humano. En este contexto, los Servicios Ecosistémicos (SE) aportan un enfoque operativo para integrar las múltiples contribuciones de la naturaleza, en el proceso de toma de decisiones. Con respecto a la gestión del paisaje, este es un patrimonio ambiental que incluye valores culturales y naturales que representa la fisonomía de un espacio y refleja su naturaleza e historia. Los ecosistemas naturales entregan grandes oportunidades para la recreación y el ocio.

Este estudio se situó en el Parque Nacional Conguillío (PNC), Región de La Araucanía. El objetivo de este estudio fue evaluar la belleza escénica como un SE en el PNC y poder establecer un perfil del visitante a esta área silvestre protegida.

El estudio se realizó en base a entrevistas presenciales pre-estructuradas a una muestra representativa de visitantes compuesta por hombres y mujeres, mayores de 18 años. Además con el uso de Sistema de Información Geográfico (SIG), se evaluó el paisaje desde el punto de vista de la atractividad, geoelementos y naturalidad, atributos del paisaje que están estrechamente relacionados con la percepción del turismo.

Los resultados señalan creciente aumento de visitantes y turistas, principalmente grupos familiares atraídos por su gran valor paisajístico, ejerciendo una gran presión a esta ASP.

Palabras claves: Belleza escénica, Servicios ecosistémicos, Perfil Turistas

¹Universidad de La Frontera, s.fernandez.alberti@gmail.com, sandra.fernandez@ufrontera.cl

²Departamento de Ciencias Forestales, Universidad de La Frontera alejandro.espinosa@ufrontera.cl

³Ing. En Recursos Naturales, Universidad de La Frontera, jzuniga@ufromail.cl

1. INTRODUCCIÓN

Los seres humanos encuentran grandes oportunidades para la recreación y el ocio en los ecosistemas naturales (de Groot, Alkemade, Braat, Hein y Willemen, 2010). La demanda de recreación al aire libre crece continuamente, y especialmente los ambientes de montaña son muy apreciados por los turistas (Raitz & Dakhil, 1988) debido a la belleza escénica de la zona debido a su topografía variada, sus bosques y paisajes (Beza, 2010, Schirpke et al., 2013).

La belleza escénica de un paisaje viene de la interacción entre sus características biofísicas y el observador humano, lo cual ha llevado a explorar métodos basados en la percepción y en la evaluación de expertos, (Daniel, 2001).

Los métodos basados en la evaluación de la percepción de las personas, es analizar la belleza escénica percibida en el lugar o mediante la presentación de fotografías (Arriaza, Cañas-Ortega, Cañas-Madueño, & Ruiz-Aviles, 2004; Grêt-Regamey, Obispo, & Bebi, 2007).

Estudios realizados por Patsfall et al., 1984 señalaron que la calidad visual y estética del entorno natural era un tema de creciente interés e importancia. Sus estudios se basaron en dos métodos para la estimación de la belleza escénica, en el primero se estableció una escala de intervalos de valores de la belleza. Para cada imagen de paisaje, se midió el área de vegetación y las distancias y se utilizaron como predictores, para ello, se dividió en clases de distancia, con vegetación visible clasificada como estar en primer plano, medio fondo o fondo de la escena en función de criterios generales de resolución visual. La vegetación en el primer plano izquierdo y derecho se descubrió que tenía signos de peso de regresión significativos positivo para la vegetación que estaba a la derecha y opuesto negativo para los de la izquierda. El estudio dos se llevó a cabo para determinar si estos signos opuestos de peso de la regresión para la vegetación en primer plano eran debidos a un sesgo perceptivo derecha-izquierda o a algún contenido específico de la propia imagen.

Para esto, las fotográficas utilizadas del paisaje fueron invertidas de manera que el contenido que antes estaba a la derecha ahora estaba a la izquierda, y viceversa. Los signos de los pesos de regresión en el estudio dos cambiaron de tal manera que el

primer plano izquierdo fue ahora valorado positivamente y el derecho fue valorado negativamente. Este hallazgo sugiere que los espectadores son sensibles al contenido del primer plano y a su colocación en la imagen, y no simplemente a un lado del campo de visión.

Similares estudios realizó Hull (1986), Usó dos técnicas de evaluación de la belleza escénica desarrollada por Daniel y Boster (1976), y la Ley de Comparación de Thurstone, aplicado por Buhyoff y Leuschner (1978). Ambos procedimientos se basan sobre métodos y teorías psicofísicas que se han desarrollado y adaptado en a una variedad de disciplinas, tales como: psicología ambiental, ingeniería, investigación de mercado, y la evaluación del paisaje. En ambos procedimientos, "Juicio de expertos" (miembros de cualquier grupo de como arquitectos, estudiantes universitarios, residentes "locales", o un simple representante de la muestra del "público") ver y evaluar la belleza escénica a través de una proyección 35 mm de diapositivas. Este método sugiere que, el procedimiento de Estimación de la Belleza Escénica puede discriminar de manera confiable entre escenas de paisajes forestales muy similares, y por lo tanto parece apropiado para la mayoría de los estudios de evaluación de paisajes.

Un reciente estudio realizado por Li et al., 2018, da a conocer la importancia del valor del patrimonio geológico por su valor científico, su valor estético y su valor educativo en ciencias sociales, es importante difundirlos por su belleza escénica y son los lugares ideales para que la gente disfrute de los hermosos paisajes, permitiendo visitar lugares de interés, hacer la investigación geológica y llevar a cabo el popular turismo científico. Para el desarrollo de los paisajes geopatrimoniales de Jinshitan de la zona escénica. Este estudio se realizó en el Parque Marino Dalian Jinshitan National, para evaluar y desarrollar las zonas escénicas del paisaje geo-patrimonial. El documento presenta sugerencias para el desarrollo y la protección: (1) Mejorar el sistema de gestión y el equipo profesional; (2) Realizar un estudio general de los recursos geológicos y establecer la biblioteca de estos; (3) Fortalecer la protección de los paisajes geológicos; (4) Realización de turismo geológico y diseño de rutas razonables de turismo geológico; (5) Establecimiento y mejora del sistema de interpretación y señalización del geoparque; (6) Controlar estrictamente la capacidad ambiental del geoparque y proteger los preciosos paisajes geopatrimoniales; (7)

Integrar los recursos turísticos en la zona escénica y lograr el desarrollo integral del turismo.

Dada la creciente demanda de servicios de los ecosistemas (SE) y las presiones cada vez más intensas sobre los ecosistemas, la Evaluación de los Ecosistemas del Milenio (EM 2003) proporcionó un marco para evaluar los cambios en los servicios ecosistémicos, desde entonces se han realizado diversos estudios que han evaluado los efectos del cambio climático sobre los ecosistemas a escala regional (MA 2005b, Schröter et al., 2005). Estos estudios se centran en ecosistemas dominados por el hombre como los agrícolas y urbanos, analizando los efectos sobre los servicios como la producción de cultivos y la polinización. Se sabe menos sobre los servicios que proveen los ecosistemas naturales o seminaturales (Jansson et al., 2015). Por tanto, los servicios ecosistémicos describen la contribución y la capacidad de los ecosistemas para proporcionar bienes y servicios, para satisfacer las necesidades y promover el bienestar humano (De Groot et al., 2010; Burkhard et al., 2012). Hasta la fecha, mucho esfuerzo de investigación se ha centrado en la identificación del valor de las funciones de los ecosistemas, los bienes y servicios (De Groot et al., 2002) que proporcionan los sistemas naturales o semi-naturales (Costanza et al., 2006) con el propósito de la integración con la planificación del paisaje, la gestión y toma de decisiones (De Groot et al., 2010). Los mapas espacialmente explícitos en la evaluación de los servicios de los ecosistemas parecen ser esenciales para el desarrollo de estrategias que permitan asegurar su suministro en el futuro, (Hausner et al., 2015). En este contexto, las áreas silvestres protegidas (ASP) son fundamentales para la conservación y preservación de las especies, por lo cual, para su conservación y mantención se requiere de muchas estrategias y de redes de protección para contrarrestar el aumento de la presión sobre los ecosistemas. Por lo tanto, un enfoque basado en la gestión de las áreas protegidas es útil, ya que llama la atención sobre la capacidad del sistema para mantener su identidad frente a las perturbaciones y cambios imprevisibles, (Maciejewski et al., 2014). La sostenibilidad de las áreas silvestres protegida depende de su capacidad para proporcionar bienes y servicios, tales como hábitat para especies amenazadas y/o en peligro de extinción y otras especies, recreación y turismo, conservación de la biodiversidad, almacenamiento de carbono, reservorios genéticos, mitigación de desastres, estabilización del suelo, y suministro de agua para usos agrícolas y humanos. Existen diversas amenazas en la provisión de los bienes y servicios de los ecosistemas,

incluidas el cambio climático y la variabilidad (CCV), el cambio del uso de suelo (Prato, 2012) entre otros.

Grêt-Regamey et al., 2014, señalan que el crecimiento insostenible de la población, el consumo per cápita y los impactos ambientales, que ha requerido que diversas organizaciones tanto gubernamentales como no gubernamentales a nivel mundial realicen una cuantificación y valoración de los servicios ecosistémicos, además de realizar mapas de las zonas de alta biodiversidad y la provisión de los servicios ecosistémicos, para ayudar a los tomadores de decisiones en la gestión de estos.

En este contexto, la belleza escénica ha representado un importante papel histórico en el modo en el que se ha protegido el paisaje y en el manejo de su conservación. Sin embargo desde una posición conceptual, se trata de poner de manifiesto el carácter y la diversidad paisajística de cada contexto territorial, y de plantear acciones diferenciadas y ajustadas a la realidad de cada paisaje (Boschi & Torre, 2014). Generalmente, por paisaje se entiende como naturaleza, territorio, área geográfica, medio ambiente, escenario, ambiente cotidiano, entorno, pero ante todo, el paisaje es una manifestación externa, una imagen y sensación de disfrute o apreciación

El objetivo de este estudio fue evaluar la belleza escénica como un servicio ecosistémico del Parque Nacional Conguillio y poder establecer un perfil del visitante a esta área silvestre protegida.

2. Metodología

2.1 Zona de estudio

El Parque Nacional Conguillio (PNC), que se encuentra ubicado en la Región de La Araucanía, Sur de Chile, cuyas coordenadas UTM Norte 269340 – Este 5719181, cuya superficie de 60.833 ha, que se encuentra entre las comunas de Curacautín, Vilcún y Melipeuco. En el PNC destacan 4 ambientes naturales bien marcados: Ambiente de Montaña, Ambiente de Escorias, Ambiente de Bosque, Ambiente de Lagunas y Mallines (CONAF, 2012). Cuenta con dos distinciones de la UNESCO: la Reserva de la Biosfera Araucaria y el Geoparque La presencia del activo Volcán Llaima, de 3.125 msnm han conformado las características geomorfología del PNC,

cuyo rango altitudinal es entre los 700 a los 3.125 msnm. Es uno de los volcanes más activos de Chile y registró su última erupción en 2008-2009, que se estudia en términos de su geofísica (Bathke et al., 2011). Su unidad ecológica y paisajística está configurada por el Cordón montañoso formado por la Sierra Nevada, la Sierra Santa Ester, los Cerros de Lorca y el Volcán Llaima. La trama hídrica que se genera en el Parque se puede caracterizar por vertientes, esteros, ríos, lagos y lagunas de origen níveo, precipitaciones y afloramientos de agua subterráneas.

2.2 Evaluación del paisaje

Para evaluar los atributos del paisaje se abarcó toda la comuna de Melipeuco, para poder realizar una subdivisión del área aplicando criterios provenientes de la Geografía Física y el uso de un Sistema de Información Geográfico (SIG), usando ArGIS y QGIS. Las subdivisiones generadas se denominaron Unidades de Paisaje (UP) las cuales son divisiones espaciales que cubren el territorio a estudiar. Una UP debiera ser lo más homogénea posible en relación a su valor de paisaje (calidad visual) y valor de fragilidad. (Muñoz-Pedrerros, 2004).

Se evaluó la atractividad del paisaje, unicidad de geoelementos y naturalidad, atributos del paisaje que están estrechamente relacionados con la percepción del turismo.

La atractividad del paisaje corresponde a la “perceptibilidad de la diversidad estructural interna del paisaje, evaluada a nivel de mesoescala”. Según este atributo, los elementos de mayor diversidad estructural se perciben como más atractivos estéticamente y los elementos muy homogéneos como poco atractivos. Por su parte, la singularidad de geoelementos corresponde a “la existencia o no de elementos singulares que existen a nivel de microescala al interior de las unidades de paisaje” (MOPT, 1993; Núñez, 2003; EUROPARC-España, 2006) y la naturalidad “es una cualidad de un paisaje, o de alguna parte de él, que da a conocer su grado de independencia respecto de la acción del hombre; lo escaso de la influencia transformadora del hombre” (Machado, 2004). En la Tabla 1 se detallan las escalas ordinales utilizadas para el proceso de evaluación de los atributos del paisaje Atractividad del Paisaje y Singularidad de Geoelementos.

Tabla 1. Escalas ordinales utilizadas para la valoración de los atributos del paisaje

Atributos del Paisaje	Atractividad del Paisaje	Singularidad de Geoelementos
Categorías	4 = muy alta	4 = presencia de geoelementos importantes, de muy alta singularidad
	3 = alta	3 = presencia de geoelementos importantes, de alta singularidad
	2 = mediana	2 = mediana singularidad
	1 = baja	1 = presencia de geoelementos importantes de baja singularidad
	0 = muy baja	0 = sin geoelementos de especial singularidad

Por su parte, para evaluar el grado de naturalidad, se utilizó el Índice de Naturalidad de Machado (2004), que es un índice cualitativo de naturalidad, que está basado en el pensamiento sistémico y que fue concebido y diseñado para ser aplicado en forma práctica.

2.3 Evaluación del perfil del turista

El estudio corresponde a una investigación de carácter cuantitativa, con análisis de estadística descriptiva y cualitativa con análisis del discurso.

Se realizaron entrevistas presenciales in situ en la cual se aplicó un cuestionario pre-estructurado a una muestra representativa de visitantes del Parque Nacional Conguillío.

El diseño muestral

-Universo del estudio: El universo del estudio está conformado por los visitantes que concurren al Parque Nacional Conguillío

-Población objetivo: La población objetivo está definida como hombres y mujeres, de 18 años y más, que visitan el Área Silvestre Protegida en estudio en el curso del mes de enero a Abril de 2017.

-Selección de la muestra: La selección de la muestra se realizó utilizando un procedimiento de muestreo aleatorio, en relación con el nivel de visitación de la Área Silvestre Protegida en estudio.

3. RESULTADOS

3.1 Evaluación del paisaje

En tabla N° 2 se muestra un resumen de las unidades de paisaje y su evaluación con respecto a la Atractividad, Naturalidad y Singularidad y con todos estos elementos se determina el potencial turístico de la zona.

Tabla 2. Evaluación de los atributos al interior de las unidades de paisaje y determinación del potencial TIE

N°	Unidad de Paisaje	Superficie (ha)	Atractividad	Singularidad	Naturalidad	Potencial turístico
1	Valles Andinos	17.885,05	alta	alta	cuasi-natural	alto
2	Valle Glacial del rio Allipén	10.879,27	mediana	mediana	cultural-asistida	medio
3	Cerro Lallan Este	12,61	alta	alta	natural-virgen	alto
4	Cerro Lallan Centro	86,99	alta	alta	natural-virgen	alto
5	Cerro Lallan Oeste	504,98	alta	alta	natural-virgen	alto
6	Volcán y Glaciar Sollipulli	6.625,55	muy alta	muy alta	natural-virgen	alto
7	Cordillera Llancahue Norte	770,11	muy alta	muy alta	natural-virgen	alto
8	Cerro Kurakalco Oeste	182,58	muy alta	muy alta	natural-virgen	alto
9	Cordón de Cheñe-Lonkotriuke	8.038,14	muy alta	muy alta	natural-virgen	alto
10	Cordillera de los Truenos	4.044,53	muy alta	muy alta	natural-virgen	alto
11	Volcán Llaima	6.907,25	muy alta	muy alta	natural-virgen	alto
12	Volcán Sierra Nevada	4.942,98	muy alta	muy alta	natural-virgen	alto
13	Cordillera Llancahue Sur	2.178,70	muy alta	muy alta	natural-virgen	alto
14	Cerro Kurakalco Este	148,25	alta	alta	natural-virgen	alto
15	Cajones Andinos Sollipulli	11.666,38	alta	alta	cuasi-natural	alto
16	Allipén-Molulco	2.345,49	muy alta	muy alta	natural-virgen	alto
17	Cordón Ketro-Kaikai	763,43	muy alta	muy alta	natural-virgen	alto
18	Rumiñañe-Kelgmawida	1.993,93	muy alta	muy alta	natural-virgen	alto
19	Cerro Panguco	1.844,25	alta	alta	sub-natural	alto
20	Cajones Andinos Cheñe-Trueno	4.710,99	alta	alta	sub-natural	alto
21	Cajones Andinos Sahuelhue-Tracura	4.170,06	alta	alta	sub-natural	alto
22	Cajones Andinos Molulco	8.423,81	alta	alta	sub-natural	alto
23	Cajones Andinos Llaima-Sierra Nevada	11.492,96	muy alta	muy alta	natural	alto

Total: 110.618,28 ha

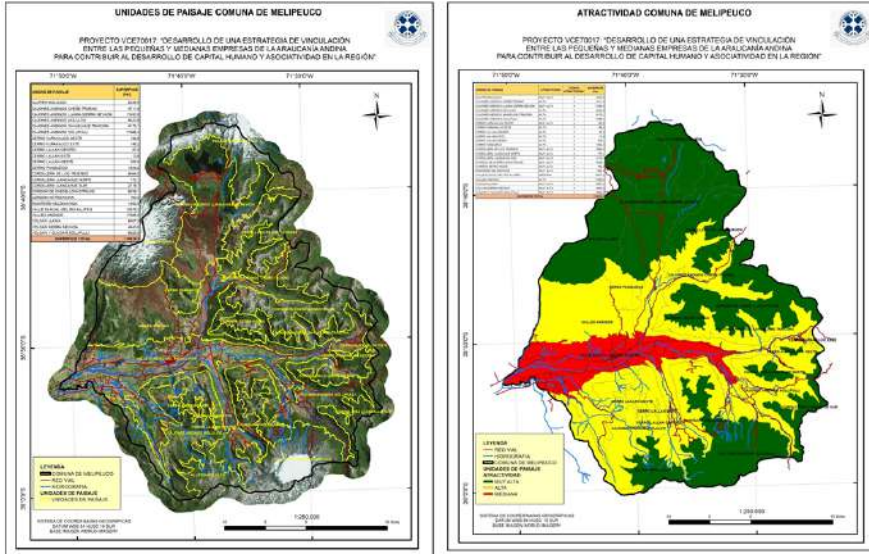


Figura 1. Mapas de unidades de paisaje y atractividad de la comuna de Melipeuco

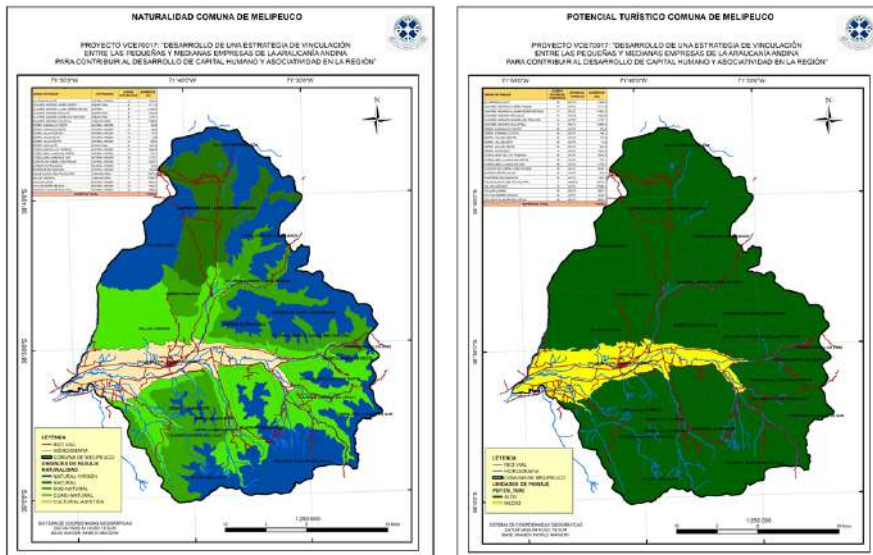


Figura 2. Mapas de la naturalidad del paisaje con respecto al potencial turístico de la comuna de Melipeuco

Perfil del turista



Figura 3. Porcentaje de chilenos versus extranjeros que visitan la zona, su permanencia en el lugar y el tipo de visitante

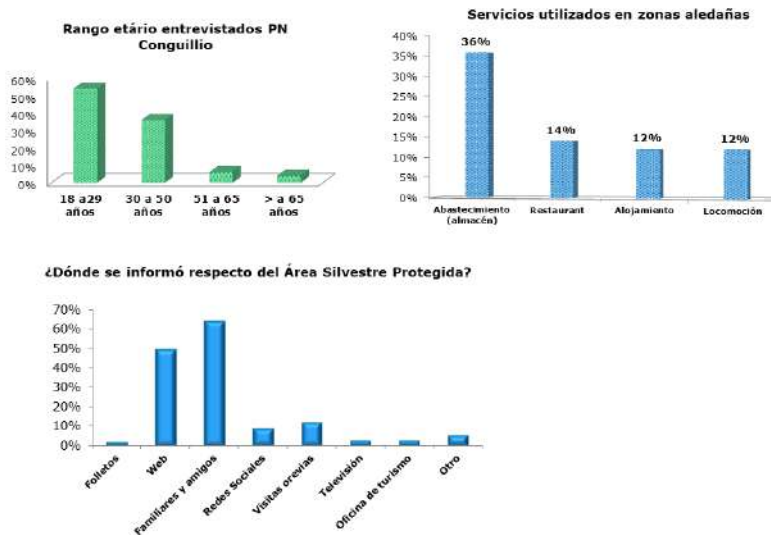


Figura 4. Rango etario, servicios utilizados fuera del Parque Conguillio y como se informó respecto de esta ASP.

En 2017, se registraron un total de 80.688 visitantes al Parque. En cuanto a su permanencia en este, por lo general, se quedan de 2 a 7 días. Además, cabe señalar que los visitantes que llegan al parque son principalmente grupos familiares (56%), grupos de amigos (33%) y parejas con un 11%. Los visitantes buscan principalmente encontrarse con la belleza escénica por un 68% de ellos, y con la paz y la tranquilidad (45%). En esta misma línea, las principales actividades realizadas corresponden mayoritariamente a actividades de Trekking (22%), Descansar (21%) y Fotografía (18%).

Cuando se les consulta por su disposición a pagar para conservar y mejorar esta ASP, los informantes (72%) declaran estar dispuestos a pagar entre \$4.500 y \$6.500 pesos chilenos. Aunque existe un pequeño porcentaje de chilenos (14%) que declara que no se debería pagar por la entrada a las ASP, que se debería destinar una parte de los impuestos a este fin.

Cabe destacar que los principales ejes de mejoramiento mencionados, tienen que ver con las infraestructuras del parque, tanto en la accesibilidad, (mejoramiento del acceso al parque, señalética, entre otros) tanto como en el fomento de las infraestructuras habilitadas (más basureros, puntos de hidratación, mejores baños, etc). Las actividades de Turismo Aventura y visitas guiadas, son claramente demandadas por parte de los usuarios del parque, mencionadas por un 18,8% y un 10,5% respectivamente.

En términos generales, una de las principales conclusiones que podemos destacar a la revisión del estudio, tiene que ver con el creciente aumento del interés de los visitantes y turistas por visitar el Parque Nacional Conguillío desde el año 2010 (30.000 visitantes aproximadamente a más de 100.000 año 2017). Además, se destaca el mejoramiento de los accesos y señalética al interior del Parque. Por último, más del 50% de los turistas permanece por más de dos días en el Parque, y la mayoría de los turistas pernocta al interior del Parque y un porcentaje menor en las zonas aledañas.

Referencias

Baron JS, Gunderson L, Allen CD, Fleishman E, McKenzie D, Meyerson LA, Oropeza J, Stephenson N. (2009). Options for national parks and reserves for adapting to climate change. *Environmental Management*44: 1033–1042.

De Groot, R. S., Alkemade, R., Braat, L., Hein, L., & Willemen, L. (2010). Challenges in integrating the concept of ecosystem services and values in landscape planning, management and decision making. *Ecological Complexity*, 7, 260–272.

Grêt-Regamey Adrienne. 2007. "Spatially explicit valuation of ecosystem goods and services in the Alps as a support tool for regional decision making". A dissertation submitted to the Swiss Federal Institute of Technology Zurich, for the degree of Doctor of Natural Sciences.

Boschi, A. Torre, G. (2014). Estrategias de gestión turística sustentable del paisaje / Ana María Boschi y María Gabriela Torre. - 1a ed. - Neuquén : EDUCO - Universidad Nacional del Comahue, E-Book.

Hannah, L., Ikegami, M., Hole, D. G., Seo, C., Butchart, S. H. M., Peterson, A.T., (2013). Global climate change adaptation priorities for biodiversity and food security. *PLoS One*, 8(8), e72590.

Hull, R.B., IV, 1986. Sensitivity of scenic beauty assessments. *Landscape Urban Plann.*, 13: 319-321.

Li Yuezheng, Chen Shiyan , Li Yingying, (2018) The evaluation and development of the geoheritage landscapes in Dalian Jinshitan National Marine Park. *International Journal of Geoheritage and Parks*. 2018, 6(1): 63-74

Millennium Ecosystem Assessment (MA), 2005. *Ecosystems and Human Well- Being: Synthesis*. Island Press, Washington DC.

Muñoz-Pedrerros, A. Moncada, J. Gómez, L. (2012). Assessment of wetland visual landscape in the Cruces River, Ramsar site of Chile. *Revista Chilena de Historia Natural* 85: 73-88.

Prato, T., 2012. Increasing resilience of natural protected areas to future climate change: A fuzzy adaptive management approach. *Ecological Modelling* 242: 46– 53.

Patsfall M.r. Feimer N r., Buhyoff G. j. 1984. Wellman D "The prediction of scenic beauty from landscape Content and composition" *Journal of Environmental Psychology* 4, 7-26

Schirpke, U., Tasserb,E., Tappeiner, U.(2013). "Research paper: Predicting scenic beauty of mountain regions". *Landscape and Urban Planning* 111. 1– 12.

VIAJERAS Y TRABAJADORAS: REFLEXIONES SOBRE LA PARTICIPACIÓN FEMENINA EN EL TURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS EN COLOMBIA

PhD© Leidy Johana Ariza Marin¹

Resumen

A partir de la revisión de literatura y el trabajo de campo exploratorio realizados en el marco del desarrollo de la tesis doctoral en Geografía, se presentan reflexiones acerca de la contribución de las mujeres como demandantes y oferentes de los servicios turísticos en áreas protegidas, exhibiendo algunas particularidades de dicha actividad en Colombia. Se destaca la importancia de las mujeres viajeras como un segmento en crecimiento; así mismo, se explora la experiencia de viaje femenino, analizando sus motivaciones para emprender viajes solas, y el efecto que las desigualdades en el uso del espacio tienen en este proceso. Considerando que en Colombia, las áreas protegidas son zonas donde es frecuente que las comunidades habitantes encuentren marginadas y en condición de vulnerabilidad, ya sea a causa del conflicto armado o de la escasez de oportunidades, aquí se resalta el trabajo femenino en el sector ecoturístico y su efecto multiplicador en el bienestar de las comunidades locales. Adicionalmente, se propone el fomento al ecoturismo con enfoque de género, bajo una aproximación de construcción colectiva, donde el potencial ecoturístico se combine con las capacidades de todos los actores locales en conjunto.

Palabras clave: Áreas protegidas, conservación de la naturaleza, ecoturismo, mujer y desarrollo

Abstract

From the literature review and the exploratory field work carried out in the framework of the development of the doctoral thesis in Geography, reflections are presented about the contribution of women as claimants and providers of tourism services in protected areas, showing some particularities of said activity in Colombia. The importance of women travelers as a growing segment is highlighted; Likewise, the experience of female travel is explored, analyzing their motivations to undertake solo trips, and the effect that inequalities in the use of space have in this process. Considering that in Colombia, protected areas are areas where it is common for the resident communities to be marginalized and in a condition of vulnerability, either because of the armed conflict or the lack of opportunities,

¹ Economista, MSc Gestión Ambiental Sostenible, PhD© en Geografía. Docente Facultad de Ingeniería Ambiental Universidad Santo Tomás – Villavicencio, Colombia. Email: leidyariza@usantotomas.edu.co

here the female work in the ecotourism sector is highlighted and its multiplier effect on the well-being of local communities. Additionally, the promotion of ecotourism with a gender approach is proposed, under a collective construction approach, where the ecotourism potential is combined with the capacities of all local actors as a whole.

Keywords: Protected areas, nature conservation, ecotourism, women and development

INTRODUCCIÓN

El vínculo entre las mujeres y la naturaleza encuentra sus orígenes en diversas culturas, donde lo femenino se constituye en el punto de partida de múltiples cosmogonías. Tradiciones ancestrales que van desde la existencia de la Pachamama en América del Sur, Amaterasu en la nación nipona y Purusha – Prakriti en India, dan cuenta de la estrecha relación que la humanidad confiere a las mujeres y la naturaleza, identificándolas como una unidad que se manifiesta en el principio femenino caracterizado por creatividad, actividad, productividad; diversidad en la forma y aspecto; conectividad e interrelación de todos los seres, incluido el hombre; continuidad entre lo humano y lo natural; y la santidad de la vida en la naturaleza (Shiva, 1988). De forma paradójica, una expresión de las múltiples desigualdades sociales toma forma en la discriminación asociada al género, un elemento con una fuerte preponderancia en las sociedades de los países en vía de desarrollo, que en la actualidad es un eje de gran importancia en las políticas públicas orientadas al desarrollo sostenible (CEPAL, 2017).

Como respuesta a este fenómeno, surgen en la actualidad iniciativas de tipo individual y colectivo que buscan re-construir los lazos entre las mujeres y la Madre Tierra, basándose en enfoques como el ecofeminismo, reconociendo el vínculo especial y único entre mujer y naturaleza (Rico, 1998). Es así como desde su individualidad, miles de mujeres se lanzan a recorrer el mundo, eligiendo espacios naturales como destino de sus aventuras, en las que más allá del disfrute estético, buscan el autoafianzamiento, la libertad y la espiritualidad. Entre tanto, grupos de mujeres en comunidades rurales alrededor del mundo se organizan para superar la opresión económica y social, a través de iniciativas que les permitan recuperar su vínculo ancestral con la naturaleza y mejorar su calidad de vida, entre ellas es posible encontrar grupos organizados en torno al aprovechamiento sustentable de los beneficios que ofrece la naturaleza, tales como las guardianas de semillas en India y Suramérica, y los grupos de mujeres que ofrecen servicios turísticos en áreas naturales.

En un país como Colombia, las iniciativas enfocadas en el turismo en áreas naturales resultan bastante interesantes, considerando la importante oferta y diversidad de espacios con potencial turístico (MinCIT, 2012), y el hecho de que en un escenario de postconflicto, el país debe aprovechar sus ventajas comparativas en materia ambiental y fomentar el turismo en pro del desarrollo de las comunidades que habitan en las zonas más apartadas

(Pardo, 2017a); de este modo, se proponen modelos de negocio en los que se abran espacios para la participación de las comunidades locales y se diseñen estrategias diferenciales que dinamicen este sector económico.

Entre tanto, los detractores del turismo en áreas protegidas sostienen que este tipo de actividad pone en riesgo la estabilidad de ecosistemas de alta importancia y enorme fragilidad (Pardo, 2017b); además, se pone en duda el alcance social de los proyectos, pues si bien se contempla la participación de las comunidades, el grueso de los rendimientos sería obtenido por grandes inversionistas en el sector turístico y hotelero.

En este contexto, reconociendo el enorme potencial de Colombia en materia ambiental y su atractivo como destino turístico de mujeres viajeras, así como los beneficios que una actividad turística bien manejada podría brindar al país en materia de desarrollo socioeconómico (MinCIT, 2012), en el presente escrito se busca plantear algunas reflexiones sobre este tema bajo la perspectiva de género en el desarrollo. Desde esta visión, se analiza la participación de las mujeres en el turismo como demandantes y oferentes de los servicios turísticos, resaltando la importancia del trabajo femenino en este sector productivo y su efecto multiplicador en el bienestar de las comunidades locales (Kohler-Rollefson, 2018); así mismo, se plantean algunas ideas respecto a las estrategias que se podrían aplicar con el fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos de conservación de las áreas protegidas y satisfacer las necesidades de las viajeras.

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El propósito de este escrito es presentar avances preliminares en la construcción de la tesis doctoral *Experiencia turística de las mujeres que viajan solas: una aproximación a su dinámica en Colombia*, cuyos objetivos están orientados a la comprensión de cómo las desigualdades espaciales asociadas al género inciden en esta práctica. Como parte de la revisión de literatura en bases de datos como Science Direct y Scopus, han sido identificados algunos referentes teóricos relevantes en esta materia y a partir de trabajo de campo exploratorio en los municipios de San Gil – Santander y Villa de Leyva Boyacá, ha sido posible plantear algunas reflexiones sobre la participación femenina en el turismo en áreas protegidas, como oferentes y demandantes de los servicios turísticos.

Desde el punto de vista metodológico, en los trabajos de campo se ha trabajado desde el enfoque de observación participante y acercamiento a actores clave, con el propósito de obtener información preliminar sobre las dinámicas de tema estudiado; así mismo, en la revisión de información secundaria, además de artículos científicos y textos académicos, han sido revisados blogs y grupos de redes sociales de mujeres que viajan solas, de manera que se emplea la netnografía como método de indagación relevante para comprender la interacción social a partir de interacciones y reflexiones en medios digitales.

LAS MUJERES EN EL TURISMO

El turismo al ser una actividad social no está exento del uso de los roles de género (Boarnet & Hsu, 2015). Turistas, residentes, mercado, destinos y publicidad identifican los principales temas que han servido a lo largo de las últimas tres décadas para plantearse el uso del género y sus relaciones desde esta actividad económica y social que ha vivido su auge en la última mitad del siglo pasado (Díaz-Carrion, 2013). La comprensión de las dinámicas asociadas a la participación femenina en las actividades turísticas es un asunto que abarca una gran cantidad de dimensiones, y más cuando esta práctica se vincula a la necesidad de realizar una actividad que permita la sostenibilidad de los espacios naturales. Desde el enfoque, este fenómeno se analiza a partir del reconocimiento de las inequidades sociales y espaciales, resultantes de las desiguales relaciones de poder y los roles de género asignados históricamente a las mujeres, que se materializan como prácticas cotidianas fuertemente arraigadas (Cooray & Potrafke, 2011). Adicionalmente, se incorporan elementos de la ecología política y el eco-feminismo como principales líneas de pensamiento.

Desde esta perspectiva, es posible estudiar la participación de las mujeres en el turismo en áreas naturales desde dos orillas que, si bien pudieran parecer opuestas e inconexas, tienen fuertes vínculos: de un lado, se encuentra la oferta de los servicios turísticos, en la que participan mujeres vinculadas a esta actividad económica desde diferentes escalas, siendo por ejemplo líderes en el área de administración y gestión o prestadoras de servicios en comunidades locales con potencial ecoturístico (Çiçek, Zencir & Kozak, 2017); de otro lado se encuentra la demanda, en donde se encuentran aquellas mujeres que emprenden viajes de naturaleza y toman decisiones de consumo y viaje (Figueroa et.al, 2015).

Desde la oferta, es importante destacar la importancia del sector turístico en la economía mundial y las oportunidades que ofrece en materia de desarrollo socioeconómico. De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, este sector representa el 10 % del PIB mundial y además de contribuir al crecimiento económico, es una alternativa para promover la inclusión social, el empleo y la reducción de la pobreza; en el mundo, uno de cada once puestos de trabajo está en el turismo, es la mayor categoría de exportaciones en muchos países en desarrollo y las mujeres empresarias son casi el doble que en otros sectores. Así mismo, aporta en materia de uso eficiente de los recursos, protección ambiental y lucha contra el cambio climático, en la medida en que incrementa los fondos para conservación del patrimonio, la vida silvestre y el medio ambiente y puede ser una herramienta para proteger y recuperar la biodiversidad (Organización Mundial de Turismo, 2017).

Ahora bien, en lo que respecta a la vinculación de mujeres como fuerza laboral, sobresale la división social del trabajo en función del género como una condición estructural. La asignación histórica de tareas relacionadas con la reproducción y el cuidado impone limitaciones que restringen las posibilidades femeninas, de manera que en la medida en

que el turismo permite laborar en horarios y entornos más flexibles que en otros sectores, se constituye en una oportunidad (Ferguson y Alarcón, 2015). En los países en desarrollo como Colombia, las mujeres tienen un menor acceso a la educación, al empleo y generalmente, mayores responsabilidades en el hogar; de acuerdo con la Gran Encuesta Integrada de Hogares, en el trimestre julio-septiembre de 2017 la tasa de desempleo de los hombres fue de 7,1 %, manteniéndose respecto al mismo periodo del año anterior, mientras que para las mujeres fue del 12,3 % en 2017 y 11,8 % en 2016 (DANE, 2017). En este escenario, muchas mujeres encuentran en el turismo una alternativa con escasas barreras para trabajar, flexibilidad de las horas de trabajo y trabajo de tiempo parcial (OMT & ONU Mujeres, 2013), esto se refleja en las cifras de ocupación por ramas de actividad, pues la que registró más ocupación para las mujeres en el trimestre julio - septiembre de 2017 fue Comercio, hoteles y restaurantes con 33,6 %, seguida de Servicios comunales, sociales y personales con 31,1 % (DANE, 2017).

En muchos casos, las mujeres, de forma individual o colectiva, han desafiado los roles y los estereotipos culturales y han sostenido a sus familias y comunidades a través de sus empresas en el marco de la actividad turística, convirtiéndose el ecoturismo en un mecanismo de desarrollo efectivo y de bajo costo que permite a las mujeres salir del círculo de la pobreza a través del empleo formal o informal y la iniciativa empresarial, reforzando su seguridad económica, su autoestima y su bienestar (OMT & ONU Mujeres, 2013). En comunidades que enfrentan serias dificultades económicas, la posibilidad de conseguir un ingreso extra para el hogar, ha convertido a la mujer trabajadora en una expectativa, más que en una excepción. De este modo, el trabajo en el sector turístico logra progresivamente estimular el desarrollo de la autonomía y disminuir poco a poco la incidencia de ideales machistas con fuerte arraigo social (Duffy, Kline, Mowatt y Chancellor, 2015).

No obstante, este tipo de beneficios no son iguales para todas las mujeres, pues factores como la falta de educación y recursos, o la feminización de la pobreza, pueden impedirles emprender actividades que les permitan beneficiarse del desarrollo turístico (Ferguson y Alarcón, 2015); entonces, si bien el turismo en algunas regiones contribuye en favor del empoderamiento de las mujeres, también podría repercutir de forma negativa en sus vidas y perpetuar las desigualdades económicas y de género imperantes (Cooray & Potrafke, 2011).

Así mismo, en lo que respecta a las asimetrías laborales asociadas al género, la evidencia de cambios profundos resulta mucho más tenue, pues, en general, las tareas asumidas por las mujeres en la industria del turismo terminan siendo una extensión de los roles de género que tradicionalmente han asumido (Duffy et al., 2015). En América Latina, esta división se ve reflejada en el porcentaje de participación de las mujeres según tipo de ocupación en hoteles y restaurantes, pues mientras el 65,5 % de la fuerza laboral del componente de servicios y el 62,7 % del personal administrativo en el sector corresponde a mujeres, tan solo el 36,6 % hacen parte del área profesional (OMT & ONU Mujeres, 2013).

De acuerdo con Díaz-Carrión (2010), en el caso de los proyectos ecoturísticos, se ha evidenciado que las mujeres involucradas en iniciativas comunitarias de turismo, pasan de realizar actividades de cuidado de la familia al cuidado del visitante, manteniendo los roles tradicionales. No obstante, valoran positivamente las oportunidades de contacto con el exterior y con otras personas, pues de este modo les es posible desarrollar nuevas habilidades, pertenecer a un grupo diferente a la familia, valorar su comunidad, algunas han accedido a roles significativos y se cuestionan ciertas ideas sobre el papel de la mujer en su comunidad y los estereotipos de género.

En cuanto a las mujeres viajeras como demandantes de los servicios turísticos, se observa a nivel global una tendencia de aumento en el número de mujeres que emprenden viajes, esto asociado a factores como mayores libertades sociales, económicas y familiares que derivan en una mayor capacidad para la toma de decisiones de compra y de viaje (Chiang y Jogaratnam, 2006). De hecho, las mujeres serían la mitad de los turistas a nivel mundial, ya sea que sus motivaciones estén relacionadas con factores como negocios, visitas, recreación u ocio (Prideaux y Glover, 2016). Por ejemplo, durante septiembre de 2017 en Colombia, del total de llegadas de extranjeros no residentes, 152.619 eran hombres y 115.159 mujeres, cifra que resulta muy interesante pues representa un aumento de 25,1% respecto al año anterior y está por encima del crecimiento del número de viajeros hombres, que fue de 18,7 % (MinCIT, 2017).

Para las mujeres que emprenden actividades de turismo en espacios naturales, factores como la sensación de libertad, tranquilidad, contacto con la naturaleza, diversión y esparcimiento cobran gran relevancia, y por supuesto se encuentran representados en la experiencia del viaje y la oferta de servicios disponibles en cada destino (Cobbinah, 2015), esto considerando el fuerte impacto que tienen estas experiencias sobre el bienestar personal, mejorando la salud mental y física (Smith & Diekmann, 2017). No obstante, en el caso puntual de los parques naturales y las áreas protegidas existe un factor que afecta negativamente la experiencia de viaje femenino y es el hecho de que estas zonas son consideradas espacios de miedo para las mujeres (Wilson y Little, 2008).

Un espacio de miedo se puede definir como aquel que se configura a partir de los constructos sociales y la difusión de experiencia negativas percibidas por el individuo o por alguna otra persona, entonces se comienzan a asociar lugares a percepciones de vulnerabilidad y miedo. En el caso de los espacios de miedo para las mujeres, el acoso, la posibilidad de ser atacada sexual o físicamente y la violencia en general desde contrapartes masculinos es la principal preocupación (Valentine, 1989).

Es así como cobra relevancia la inclusión de un enfoque de género en el diseño de políticas e iniciativas que pretendan fomentar el turismo, entendiendo que las narrativas dan forma a los imaginarios de las turistas y afectan sus decisiones y experiencia de viaje (Laing y Frost, 2017). Así mismo, es pertinente considerar una tipología que conduzca a la comprensión de las motivaciones y necesidades de aquellas mujeres que eligen como destino de viaje los espacios naturales; bajo esta perspectiva, según sus patrones de participación, se tipificarían como buscadoras activas de aventura, cuyas motivaciones se

asocian a aspectos como el desafío personal, el interés de conocer nuevas personas, salir de la zona de confort, desarrollar un sentido de autonomía e independencia, auto-empoderamiento y desarrollo personal (Mcnamara y Prideaux, 2010).

En relación a la participación de las mujeres en el turismo, diversos estudios han revelado la influencia del género sobre la demanda de viajes, de manera que mientras los hombres tienden a viajar con más frecuencia por motivos laborales o de negocios, las mujeres viajan más por propósitos de ocio, incluyendo las visitas a amigos y familiares; así mismo, la frecuencia de sus viajes está fuertemente asociada a la edad o a los ciclos de vida de cada grupo, alcanzando picos más altos en las mujeres antes que en los hombres (Collins y Tisdell, 2002). Un estudio realizado en Potter, Pennsylvania, analizó estas diferencias, revelando que las mujeres estaban más motivadas por la vinculación familiar y el interés en la exploración del entorno natural y rural, mientras que los turistas masculinos se inclinaban por la pesca y la caza. Se utilizó la teoría del rol social para explicar las diferencias de género observadas, esta teoría analiza la conducta esperada de cada persona según la situación particular que esté vivenciando, a partir de las funciones o roles que socialmente se espera que cumpla (Xie, Costa y Morais, 2008).

RELACIÓN ENTRE TURISTAS Y RESIDENTES

Entendiendo que el turismo es además de una actividad económica de gran importancia, un fenómeno socio-cultural, un reto crucial en la gestión de su sostenibilidad es crear relaciones positivas entre turistas y residentes, a partir de interacciones de calidad, que contribuyan tanto a la experiencia turística como a aceptación y tolerancia de los turistas por parte de los residentes. Se trata de un tipo de relacionamiento que va mucho más allá de las transacciones comerciales que se pueden dar entre prestadores de servicios y demandantes, e implica un intercambio entre seres humanos que fomenta el entendimiento mutuo y la cooperación.

En el caso del turismo independiente o drifter, la oportunidad de establecer vínculos con los habitantes de los lugares visitados es uno de los propósitos del viaje, pues además de la vivencia de nuevas experiencias, se busca conocer de cerca las culturas locales y establecer lazos reales con las personas que se interactúa en el camino. Es precisamente esta tipología de turismo en la que, en el marco de la visita a espacios naturales, se entrelazan los caminos de mujeres viajeras independientes y mujeres prestadoras de servicios turísticos.

Por supuesto, es necesario reconocer que la llegada de turistas a una comunidad local tiene efectos positivos y negativos, de manera que además del conocimiento y entendimiento de la cultura local, pueden generarse impactos como la degradación de la cultura local, su comercialización, incremento de tensiones entre los estilos de vida foráneos y tradicionales, nuevos patrones de consumo y la promoción de comportamientos antisociales (Smith, 2003; Urry, 2002; Yamashita, 2003; Cole, 2007; Holden, 2006). No obstante, algunos estudios han demostrado que los encuentros entre turistas y residentes pueden promover el empoderamiento de los locales, dependiendo del

interés que muestren los turistas en la cultura y tradiciones locales; adicionalmente, es importante reconocer que los residentes no son solo sujetos pasivos en esta dinámica de intercambio económico y cultural, son sujetos activos, con libre agencia y control, que en la medida en que tengan poder en la planeación, manejo e implementación del turismo, tendrán interacciones más fructíferas y positivas [CITATION Do15 \l 9226].

En el turismo de naturaleza, estos encuentros entre mujeres se convierten en una oportunidad muy interesante para el empoderamiento de las locales a partir de sus emprendimientos, pues la valorización de su trabajo y estilo de vida permite encontrar un sentido de propósito y cierta independencia económica reduce su vulnerabilidad, pero además les permite comparar su mundo cotidiano con otros mundos, no necesariamente anhelando estilos de vida modernos, sino revalorizando los propios, al comprender lo mucho que se puede perder en términos de sentido de comunidad y familia en un mundo moderno y acelerado [CITATION Do15 \l 9226]. La posibilidad de generar ingresos dignos se convierte en un freno para los procesos de migración en busca de oportunidades y permite mantener las labores tradicionales de cuidado de la familia y la conexión con el territorio.

En el caso de las viajeras, conocer las vidas y visiones de otras contribuye a ese objetivo de autodescubrimiento del viaje, estimula la reflexión y fomenta la visión de Slow Life o vida lenta, como respuesta a las presiones y convenciones de la vida moderna. Se trata de una revolución de la conciencia sobre la vida cotidiana, los constructos sociales y la identidad.

"La revolución que es el viaje también te enfrenta constantemente a nuevas formas de pensar, de hablar y de sentir. Y a las diferencias que siempre hubo entre las gentes del mundo, convencida de que puedes convertirlas en puentes y no en muros. Te muestra la diversidad como un lujo y no como una amenaza, y te da continuas lecciones de respeto, solidaridad, hermandad y valores.

Las mujeres de hoy no creemos en las guerras que otros se empeñan en hacer eternas, ni en un mundo en el que el dinero, la comodidad o la seguridad justifican una vida vivida a medias. Una vida falta de la maravillosa oportunidad que supone forjar el camino que pisamos a través de este increíble planeta, para acercarnos más a su naturaleza, a sus animales, y a sus gentes, aprendiendo, uniéndonos y viviendo nuestra vida sin ninguna reserva.

El viaje te enseña y te abre la mente, te ayuda a comprender que el camino es el diálogo y no la violencia, te enriquece a base de puro aprendizaje, como una escuela [CITATION Say18 \l 9226]."

Como dijo Mark Twain: "Viajar es un ejercicio con consecuencias fatales para los prejuicios, la intolerancia y la estrechez de mente".

CONCLUSIONES

Considerando la importancia de las mujeres como creciente segmento de mercado, involucrar el enfoque de género en la gestión del turismo requiere trabajar sobre aspectos como la provisión de información confiable y a su alcance sobre temas de alta sensibilidad como la seguridad; el entrenamiento del personal encargado de proveer servicios turísticos, de manera que se evite cualquier tipo de intervención o contacto que resulte inapropiado para las mujeres viajeras; la presencia de organismos de seguridad en las zonas turísticas (Beeton, 2017); y todas aquellas acciones encaminadas a proveer espacios y herramientas que disminuyan la vulnerabilidad de las mujeres viajeras.

El turismo sostenible es una actividad que implica corresponsabilidad de las oferentes y demandantes de los servicios turísticos, no solo en términos del consumo de bienes y servicios y sus potenciales impactos, sino también en lo que respecta a las interacciones sociales y sus efectos en la cotidianidad de ambas partes.

Los desequilibrios que generan afectaciones negativas del turismo sobre las comunidades pueden ser resueltas a través del empoderamiento, derivado de la construcción de procesos desde la base, en los que las comunidades locales tengan capacidad de decisión y agencia.

Bibliografía

- Andrade, G. (2007). Sistema de áreas naturales protegidas en Colombia. Elementos para la evaluación de la política pública de conservación. In Foro Nacional Ambiental. Documento de políticas públicas (p. 12).
- Boarnet, M., & Hsu, H.-P. (2015). The gender gap in non-work travel: The relative roles of income earning potential and land use. *Journal of Urban Economics*, 111-127.
- Ceballos-Lascuráin, H. (1998). *Ecoturismo. Naturaleza y Desarrollo Sostenible*. Ciudad de México: Editorial Diana.
- CEPAL. (2017). *Planes de igualdad de género en América Latina y el Caribe: mapas de ruta para el Desarrollo*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Çiçek, D., Zencir, E., & Kozak, N. (2017). Women in Turkish tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 228-234.
- Cobbina, P. (2015). Contextualising the meaning of ecotourism. *Tourism Management Perspectives*, 179-189.
- Collins, D. y Tisdell, C. (2002). Gender and Differences in Travel Life Cycles. *Journal of Travel Research*, 41(August), 133–143. <http://doi.org/10.1177/004728702237413>
- Cooray, A., & Potrafke, N. (2011). Gender inequality in education: Political institutions or culture and religion? *European Journal of Political Economy*, 268-280.
- DANE. (2018). *Anuario de movimiens internacionales de viajeros 2017*. Bogotá D.C: Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/migraciones/Anuario_2017.pdf
- Díaz-Carrion, I. (2013). *Género y ecoturismo: perspectivas de empoderamiento de las mujeres en la Reserva de la Biosfera Los Tuxtlas (Veracruz, México)*. Ciudad de México: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso. Retrieved from <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013b/1350/1350.pdf>
- Díaz, M. (2008). Conflicto de ocupación en áreas protegidas: Conservación versus derechos de comunidades. *Opinión Jurídica*, 7(14), 53-69.

- Dolezal, C. (2015). The tourism encounter in community-based tourism in Northern Thailand: Empty meeting ground or space for change? . *ASEAS – Austrian Journal of South-East Asian Studies*, 165-186.
- Duffy, L. N., Kline, C. S., Mowatt, R. A., & Chancellor, H. C. (2015). Women in tourism: Shifting gender ideology in the DR. *Annals of Tourism Research*, 52, 72–86.
<http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.02.017>
- Figueroa-Domecq, C., Pritchard, A., Segovia-Pérez, M., Morgan, N., & Villacé-Molinero, T. (2015). Tourism gender research: A critical accounting. *Annals of Tourism Research*, 87-103.
- Kohler-Rollefson, I. (2018). Purdah, purse and patriarchy: the position of women in the Raika shepherd community in Rajasthan India. *Journal of Arid Environments* , 30-39.
- MinCIT. (2012). Política de Turismo de Naturaleza . *Documento Preliminar*. Bogotá, D.C.
- OMT. (2002). *Organización Mundial del Turismo* . Obtenido de <http://sdt.unwto.org/es/content/ecoturismo-y-areas-protegidas>
- Rico, M.-N. (1998). *Género, medio ambiente y sustentabilidad del Desarrollo*. (CEPAL, Ed.) Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Sayjesstotravel. (2018). Las 5 razones que demuestran que viajar es la nueva revolución de la mujer. *Liver Trip: Consejos e ideas para ayudarte a viajar tanto como sueñas*. Obtenido de <https://olivertrip.com/viajar-revolucion-mujer/>
- Shiva, V. (1988). *Staying Alive: Women, Ecology and Survival in India*. New Delhi: Zed Books Ltd.
- Smith, M.-K., & Diekmann, A. (2017). Tourism and wellbeing. *Annals of Tourism Research*, 1-13.

4

**INNOVACIÓN, COMPETITIVIDAD Y ESTRATEGIAS
PARA EL DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS**

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS PLATAFORMAS DE ALOJAMIENTO AIRBNB, BOOKING Y EXPEDIA EN CUENCA (ECUADOR)¹

Silvana Astudillo², Ana Serrano³, Vanessa Riera⁴, Wilson Sánchez⁵

RESUMEN

El presente artículo compara los servicios, las tarifas y la valoración de los establecimientos que ofrecen el alquiler de alojamiento en las plataformas Airbnb, Booking y Expedia en la ciudad de Cuenca (Ecuador). Para la investigación se analizó la información de los sitios *web* y para la comparación se aplicó el test estadístico de análisis de la varianza ANOVA. Los resultados manifiestan que existe diferencia estadística en los promedios de los servicios y las tarifas en las tres plataformas y las medias son iguales en la valoración de los huéspedes.

Palabras Clave: intermediarios, servicio, tarifas, valoración

ABSTRACT

This article compares the services, rates and valuation of the establishments that offer rental accommodation on Airbnb, Booking and Expedia platforms in the city of Cuenca (Ecuador). For the investigation, the information of the websites was analyzed and for the comparison, the ANOVA statistical variance analysis test was applied. The results show that there is statistical difference in the averages of the services and the rates in the three platforms and the averages are equal in the assessment of the guests.

Keywords: intermediaries, service, rates, valuation

RESUMO

Este artigo compara os serviços, as tarifas e a avaliação dos estabelecimentos que oferecem o aluguel de acomodação nas plataformas Airbnb, Booking e Expedia na cidade de Cuenca (Ecuador). Para a investigação, as informações dos sites foram analisadas e para a comparação, foi aplicado o teste de análise estatística de variância ANOVA. Os resultados mostram que há uma diferença estatística nas médias dos serviços e nas taxas nas três plataformas e as médias são as mesmas na avaliação dos hóspedes.

Palavras-chave: intermediários, serviço, taxas, avaliação

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el sector turístico ha tenido una revolución interesante en la manera de realizar la planificación y la reserva de los viajes a través del uso de la

¹ Este artículo de investigación se deriva del trabajo de tesis de pregrado "Análisis comparativo de la posición competitiva de Airbnb con Booking y Expedia para optar al título de Licenciado en Hotelería de los estudiantes Vanessa Riera y Wilson Sánchez, con la dirección de la Dra. Silvana Astudillo, presentado en la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca en el período de ejecución 2019. El trabajo parte del proyecto de investigación "Incidencia del Alojamiento no regulado en los resultados alcanzados por la gestión hotelera de la Ciudad de Cuenca" bajo la dirección de la Mg. Ana Serrano.

² Doctora en Ciencias de la Administración. Universidad de Cuenca, Email: silvana.astudillo@ucuenca.edu.ec

³ Magister en Comunicación y Marketing. Universidad de Cuenca, Email: ana.serrano@ucuenca.edu.ec

⁴ Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Email: vanessa.riera@ucuenca.edu.ec

⁵ Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, email: xavier.sanchez@ucuenca.edu.ec

tecnología. Los negocios *on line* actúan como intermediarios entre los clientes que quieren reservar un alojamiento y los propietarios que ofrecen el servicio.

Dentro de las plataformas tecnológicas para escoger una modalidad de alojamiento en la ciudad de Cuenca (Ecuador) se encuentran Booking y Expedia, referentes en el sector de viajes *online*, que constituyen intermediarios turísticos para la gestión de reservas y otros servicios. Por su parte, Airbnb dentro del modelo colaborativo, intercambia servicios de alojamiento entre particulares a través de una plataforma *online* y alcanza a una gama amplia de consumidores tanto nacionales como internacionales. Booking y Expedia compiten con Airbnb al incorporar los servicios de alquileres de casas y departamentos, innovando su oferta de reservas de alojamientos tradicionales y Airbnb compite con estas agencias *on line* incorporando experiencias.

En los últimos años existe una revisión de la literatura sobre estudios comparativos de las características de las plataformas virtuales intermediarias del servicio de alojamiento (Banerjee & Bonfield, 2019; Díaz Armas, et al., 2014; Lee et al. 2013; Xiang et al., 2017) que tienen por objetivo analizar similitudes o diferencias en un determinado destino, sin embargo, en el Ecuador son escasos los estudios que comparan esta oferta de intermediación *on line*. En este sentido, esta investigación analiza de manera comparativa tres aspectos del alojamiento: los servicios, las tarifas y las valoraciones de dos agencias de viajes *online*: Booking.com, Expedia.com y una plataforma *online* de economía colaborativa Airbnb.com con la finalidad de evidenciar hallazgos que permitan al consumidor actual o clientes potenciales determinar qué aspectos pueden intervenir en su decisión de compra, e identificar la mejor opción de intermediación para el empresario del sector de alojamiento.

Luego de esta introducción, este trabajo tiene la sección de metodología, resultados y las reflexiones finales.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA EMPÍRICA

Existe un importante crecimiento de las modalidades de alojamiento en los últimos años, vinculadas a los cambios en la manera de viajar, los hábitos de los turistas y a la aparición de nuevas formas de comercialización, a través de plataformas, directas y sin intermediarios basadas en las tecnologías de la información y la comunicación (del Busto et al., 2019). La Internet es el medio más eficiente para lograr el contacto de los establecimientos con los consumidores, es fundamental contar con una página web informando servicios, tarifas, lugares de interés y beneficios especiales (Rodríguez Ferrando et al., 2012), de esta manera, los desarrollos tecnológicos otorgan forma al comportamiento del consumidor (Yaquin et al., 2017). En este sentido, los intermediarios turísticos tradicionales se han adaptado a los nuevos tiempos, convirtiendo a la tecnología en su aliada a la hora de comercializar sus productos y servicios (Rodríguez-Zulaica y Pástor, 2017). El sector hotelero invierte en mejorar (o mantener) su reputación *online* debido a que constituye un factor de decisión de compra del cliente (Diana-Jens & Rodríguez Ruibal, 2015). En este sentido, las agencias de viaje *on line* funcionan como agencias que proporcionan productos / servicios relacionados con los viajes, así como información que puede ayudar a planificarlos (da Silva et al. 2019). Por otro lado, la economía colaborativa considera múltiples actividades y el intercambio de bienes y

servicios que tienen como nexo común la utilización de plataformas *on line* (Koh & King 2017; Rodríguez-Antón, et. al 2016)

Los aspectos que brindan las plataformas de venta *on line* son diversos, con referencia a los servicios, dependiendo de las plataformas de alojamiento. Aragón Cánovas & Nuñez Villanueva (2015) señalan que en lugar de alquilar un hotel, los turistas se ven más atraídos por alquilar una habitación, apartamento o casa completa durante sus vacaciones, las ofertas son mucho más económicas y además la experiencia que viven puede ser mejor que estar en un hotel. En cuanto a las tarifas, ha aumentado la importancia que los consumidores otorgan a la percepción de los precios en sus decisiones de compra (Andrés-Martínez, et al. 2015), el precio tiene un efecto significativo en la evaluación de la calidad percibida, basado en un conjunto de comentarios de viajeros en línea (Ye, et al. 2012).

Diversos autores comparan las plataformas de reservas en diferentes aspectos, Díaz Armas et al. (2014) manifiesta que las valoraciones obtenidas por los clientes de Airbnb.com son superiores a las de Tripadvisor.com. Otro estudio comparativo menciona que Expedia presenta una paridad de tarifa por habitación y ChoiceHotels.com manifiesta una prohibición de ofrecer descuentos o solicitar tarifas más altas que Expedia (Lee et al. 2013). Por otro lado, se estudió el uso de palabras positivas en las descripciones de los hoteles en tres plataformas Expedia.com, Agoda.com y Hotels.com, los autores manifiestan diferencias entre hoteles económicos y de lujo (Banerjee & Bonfield, 2019). A su vez, en una investigación comparativa de TripAdvisor.com, Expedia.com y Yelp.com, Xiang et al. (2017) señalan que las críticas en línea varían en diferentes aspectos lingüísticos, semánticos, en calificación, etc. Por otra parte, Guttentag (2017) sostiene que los huéspedes de Airbnb mantienen altas expectativas del servicio. A su vez, Priporas et al. (2017) expresan que en Airbnb el deseo de los huéspedes es tener una estadía placentera con servicios mínimos. En este contexto, se torna interesante, realizar estudios de comparabilidad entre plataformas tecnológicas que ofrecen el servicio de alojamiento en un destino.

3. METODOLOGÍA

El presente estudio es exploratorio y descriptivo. Las unidades de análisis corresponden a tres plataformas *online* que ofrecen servicios de hospedaje en el Ecuador, dos plataformas de agencias de viajes *on line* y una plataforma *on line* de economía colaborativa. El análisis se realizó para la ciudad de Cuenca-Ecuador, tercera ciudad de importancia en el país y considerada un destino turístico de cultura y de vacaciones cortas.

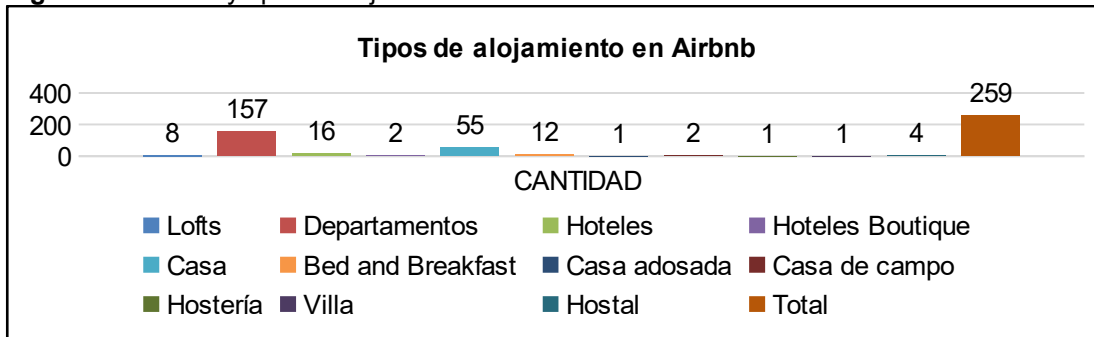
3. 1 MUESTRA

La muestra del estudio está conformada por 259 establecimientos de alojamiento de Airbnb, 161 de Booking y 93 de Expedia. La información se recogió en febrero de 2019 en los *websites* de las plataformas: Booking.com, Expedia.com y Airbnb.com. Para el análisis de datos se tomaron alojamientos de un solo propietario, se excluyeron casos de alojamientos sin valoración y para la variable “tarifas” se toma en cuenta la tarifa por noche sin impuestos ni cargos adicionales. Es importante recalcar que al momento de

ingresar al alojamiento elegido, de acuerdo a su modalidad, este muestra el número determinado de servicios disponibles, anulando el resto que no están incluidos.

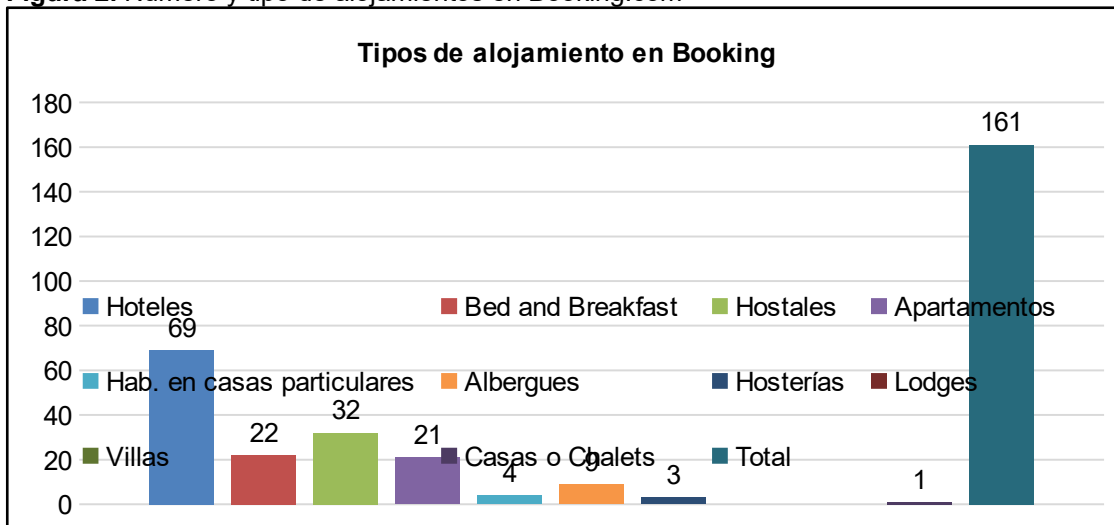
En la caracterización de la muestra, Airbnb.com se evidencia un 60% de alojamientos que corresponden a departamentos, 21% a casas, el 6% hoteles y el resto a otro tipo de alojamientos (Figura 1). En Booking.com el 42% corresponde a hoteles, el 20% a hostales, el 13% a los establecimientos de *bed and breakfast*, entre otros (Figura 2). En Expedia.com el 60% son hoteles, 16% son Departamentos, el 12% son Hostales y el resto otro tipo de alojamientos (Figura 3).

Figura 1. Número y tipo de alojamientos en Airbnb



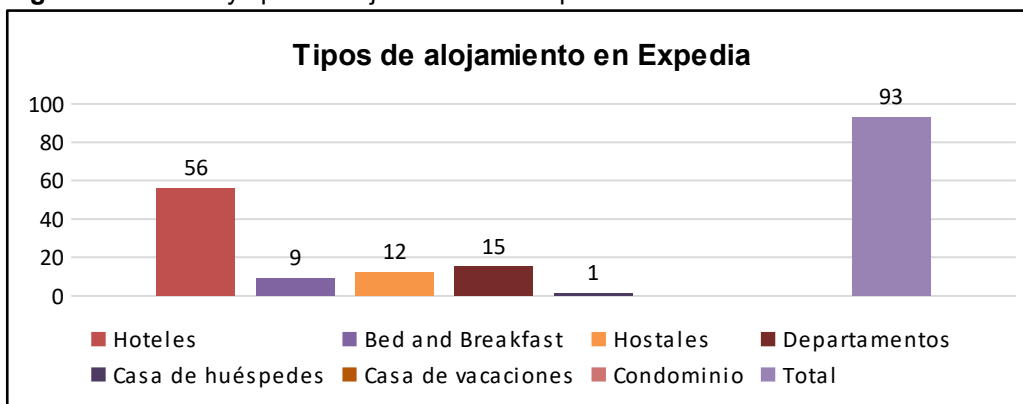
Fuente: Elaboración propia en base a Airbnb en la ciudad de Cuenca (2019).

Figura 2. Número y tipo de alojamientos en Booking.com



Fuente: Elaboración propia en base a Booking.com en la ciudad de Cuenca (2019).

Figura 3. Número y tipo de alojamientos en Expedia



Fuente: Elaboración propia en base a Expedia en la ciudad de Cuenca (2019).

3.2 MÉTODO

Para la investigación se aplicó el análisis de varianza (ANOVA) y la prueba a posteriori de Tukey para comparar las medias de las tres variables estudiadas. La hipótesis nula del estudio supone que las medias poblacionales son iguales y las hipótesis alternativa, supone que una de las medias son distintas el al menos dos buscadores. Las variables de agrupación corresponden a tres variables que caracterizan a las plataformas *on line* en la revisión de la literatura empírica: servicios, tarifas y valoraciones. La descripción de las variables se encuentra en la Tabla 1 y los estadísticos descriptivos de las tres muestras se encuentran en la Tabla 2.

Tabla 1. Descripción de las variables

Plataforma	Variable	Descripción
Airbnb	Servicios	Cuantitativa. Número de servicios observados en cada alojamiento. Servicios: cocina, calefacción, aire acondicionado, lavadora, secadora, wifi, desayuno, chimenea interior, ganchos para ropa, plancha, secador de pelo, zona para trabajar con computadoras, televisión, cunas, silla altas, llegada con acceso libre, detector de humo, detector de monóxido de carbono, baño privado, entre otros.
	Tarifas	Cuantitativa. Tarifa por noche en dólares, cantidad fijada por el anfitrión.
	Valoración	Cuantitativa. Escala Likert (1, bajo, 5 alto). Criterios: Experiencia en general, Limpieza, Veracidad, Calidad, Comunicación, Llegada, Ubicación.
Booking	Servicios	Cuantitativa: Número de servicios observados en cada alojamiento. Servicios: Cocina, baño privado, bañera, terraza, balcón, tv pantalla plana, lavadora, patio, insonorización, vistas, hervidor eléctrico, cafetera/tetera, cafetera, piscina parqueadero, wifi, mesa de comedor, cafetera, productos de limpieza, utensilios de cocina, lavadora, microondas, armario, toallas, ducha a ras del suelo, papel higiénico, baño privado, zona de comedor, zona de estar, canales por cable, tv, plancha para ropa, tendedero portátil, cama plegable,

		<p>hipo alérgico, suelo de madera, admisión de mascotas, lavabo elevado, patio, balcón, terraza, servicio de despertador, vista al jardín, canales de tv para niños, servicio diario de camarera de pisos, servicio de lavandería, habitaciones familiares, idioma inglés y español, teléfono, nevera, horno, ropa de cama, artículos de aseo gratis, sofá, entre otros.</p>
	Tarifas	<p>Cuantitativa. En dólares. Tarifa por el tipo de ocupación: posibilitando la configuración de la tarifa estándar como de la tarifa de ocupación individual. En donde automáticamente se sumará o restará un porcentaje del precio por persona cuando la ocupación incremente o baje.</p>
	Valoración	<p>Cuantitativa. Escala Likert 1 (sin puntuación) 10(Fantástico). Para efectos de comparabilidad se convirtió la variable a la escala Likert 1-5.</p> <p>Los usuarios que se hayan hospedado en algún alojamiento, cuentan con la posibilidad de darle una puntuación del 1 al 10 evaluando diferentes ámbitos (ubicación, limpieza, personal, confort, instalaciones y servicios, relación calidad-precio, <i>wifi</i> gratis) en donde el promedio de todos éstos es la puntuación que se usa como referencia.</p>
Expedia	Servicios	<p>Cuantitativa. Número de servicios observados en cada alojamiento.</p> <p>Dentro de los filtros de búsqueda en su página web, Expedia cuenta con la opción de seleccionar los 8 “servicios” según el interés del cliente y el tipo de alojamiento que busca (desayuno incluido, se permiten mascotas, alberca, opciones todo incluido disponibles, traslado desde/hacia el aeropuerto gratis, internet de alta velocidad, aire acondicionado, estacionamiento gratis) Además los establecimientos presentan: salón de fiestas, salón de eventos, centro de negocios, desayuno incluido, asistencia turística, restaurante, cafetería, <i>wifi</i> gratis, refrigerador o congelador de tamaño grande, conexión a internet por cable gratis, estacionamiento, canales de televisión premium, ropa de cama de alta calidad, periódico gratuito, mini bar, agua mineral gratuita, limpieza de habitaciones diaria.</p>
	Tarifas	<p>Cuantitativa. Tarifa por noche en dólares.</p>
	Valoración	<p>Cuantitativa. Escala Likert 1(malo) 5(Magnífico). Los usuarios que se hayan hospedado en alguno de los alojamientos tienen la facilidad de poder calificar en un rango del 1 al 5, en el panel de búsqueda dentro del filtro “evaluación de huéspedes” se despliega los ítems (cualquiera, magnífico 4,5, muy bueno 4 y bueno 3,5), además permite evaluar diferentes aspectos como limpieza de las habitaciones, servicio y personal, comodidad de las habitaciones y estado del hotel en general.</p>

Fuente: Elaboración propia con base en Airbnb (2019), Booking (2019), Expedia (2019)

Tabla 2. Estadísticos Descriptivos

	Número de Servicios	Tarifa (en dólares)	Valoración (En puntaje)
Airbnb			
Media	20,54	31,88	4,26
Desviación estándar	8,07	19,51	1,24
Varianza	65,19	380,91	1,56
Booking			
Media	40,70	33,31	8,4
Desviación estándar	22,24	21,67	1,76
Varianza	494,93	469,83	13,11
Expedia			
Media	26,40	47,53	4,06
Desviación estándar	7,33	28,40	0,92
Varianza	53,74	806,74	0,86

Fuente: Elaboración propia con base en Airbnb (2019), Booking (2019), Expedia (2019)

4. RESULTADOS

A continuación se muestra la prueba de robustez de Welch que comprueba el supuesto de la prueba de análisis de varianza de que las varianzas de los grupos sean iguales. En este caso, $F=80,658$; $3,37$; $12,117$, $p \leq 0,05$ y $F=1,367$ $p \geq 0,05$. Las varianzas no son iguales en servicios y tarifas debido a que la probabilidad es menor que $0,05$, el resultado es significativo y para la variable valoración, las varianzas son iguales, $p \geq 0,05$ (Tabla 3).

Tabla 3. Prueba robusta de igualdad de medias

	Estadístico	df1	df2	Sig.
Servicios	80,658	2	230,493	,000*
Tarifas	12,117	2	214,035	,000*
Valoración	1,367	2	255,895	,257

* $p \leq 0,05$

En la Tabla 4 se observa la prueba de análisis de la varianza ANOVA. Se observa que el valor F ($128,937$, $18,088$), $p \leq 0,05$. Se concluye que hay diferencia significancia entre las medias de servicios y tarifas en las plataformas de Airbnb, Booking y Expedia. En la variable valoración no existe diferencia entre medias.

Tabla 4. ANOVA

		Suma de cuadrados	GI	Media cuadrática	F	Sig.
Servicios	Entre grupos	51046,377	2	25523,188	128,937	,000*
	Dentro de grupos	100954,606	510	197,950		
	Total	152000,982	512			
Tarifas	Entre grupos	17567,844	2	8783,922	18,088	,000*
	Dentro de grupos	247669,716	510	485,627		
	Total	265237,559	512			
Valoración	Entre grupos	2,870	2	1,435	1,271	,281
	Dentro de grupos	575,793	510	1,129		
	Total	578,663	512			

* $p \leq 0,05$

En la Tabla 5 se marcan con asteriscos las parejas de plataformas que son distintas. Se observa que existe una diferencia de medias de $20,15$ del número de servicios entre

Airbnb y Booking, entre Booking y Expedia de 24,29, y entre Expedia y Airbnb de 4,14. En la variable Tarifas, existe diferencia entre medias de Airbnb con Booking de 1,42, entre Booking y Expedia de 14,22, mientras que no existe diferencia entre medias en las tarifas de Booking con Airbnb.

Tabla 5. Comparación entre medias entre variables

Variable dependiente		Alojamientos	Diferencia de medias	Error estándar	Sig.
Servicios	Airbnb	Booking	-20,151 [*]	1,412	,000*
		Expedia	4,147 [*]	1,701	,040*
	Booking	Airbnb	20,151 [*]	1,412	,000*
		Expedia	24,298 [*]	1,832	,000*
	Expedia	Airbnb	-4,147 [*]	1,701	,040*
		Booking	-24,298 [*]	1,832	,000*
Tarifas	Airbnb	Booking	-1,42874	2,21163	,795
		Expedia	-15,64960 [*]	2,66398	,000*
	Booking	Airbnb	1,42874	2,21163	,795
		Expedia	-14,22086 [*]	2,87021	,000*
	Expedia	Airbnb	15,64960 [*]	2,66398	,000*
		Booking	14,22086 [*]	2,87021	,000*

*p≤0,05

5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La intermediación turística utiliza el apoyo de las plataformas tecnológicas que juegan un importante rol en la promoción de los servicios del sector de alojamiento, aspectos que coinciden plenamente con las aportaciones señaladas por del Busto et al., 2019; Rodríguez Ferrando et al., 2012; Rodríguez-Zulaica & Pástor, 2017.

En el presente estudio, la agencia de viaje *online* Booking ofrece una variada oferta de servicios en el destino Cuenca en comparación con Airbnb en donde el anfitrión del establecimiento donde el huésped elige quedarse ofrece un menor número de servicios. En un sentido similar, Priporas et al. (2017) menciona que el negocio de alojamiento de economía colaborativa presenta mínimos servicios. A su vez las agencias de viaje *on line* tienen como finalidad vender todos los servicios y productos que se relacionan a la planificación del viaje del turista, por lo que la investigación revela mayor cantidad de servicios ofertados en estos canales de venta, planteamiento similar al mencionado por da Silva et al. 2019.

La investigación presenta diferentes resultados a los planteados por Xiang et al. 2017 que encuentran diferencias entre las valoraciones de la satisfacción de plataformas *on line* de servicios de alojamiento objeto de su investigación. Este estudio presenta resultados que revelan que las plataformas Booking, Expedia y Airbnb no presentan diferencias en su puntuación de la satisfacción del servicio de alojamiento de manera comparativa. No obstante, en el promedio descriptivo, Airbnb lidera ligeramente la calificación en comparación con las agencias de viaje *online*, planteamiento similar señalado por Díaz Armas et al. 2014; Guttentang, 2017, quienes manifiestan que Airbnb mantiene expectativas altas en su valoración.

En referencia a los precios, se observa que las tarifas son diferentes entre las plataformas tecnológicas de estudio, resultados que coinciden con Lee et al. 2013, quienes encuentran diferencias en la fijación del precio entre plataformas tecnológicas como Expedia y Choice Hotels.

6. CONCLUSIONES

Las plataformas *on line* Booking, Expedia y Airbnb constituyen herramientas de *marketing* hotelero para los particulares (anfitriones) y para el sector de alojamiento turístico formal en la ciudad de Cuenca-Ecuador.

En lo que se refiere al número de servicios ofertados por los establecimientos de alojamiento que ocupan los canales de venta *on line*, se observa una variedad de servicios, productos y actividades que los huéspedes pueden utilizar, por lo que existe diferencias entre estos canales que radican especialmente en la cantidad de la información detallada de esos servicios a los usuarios. Booking presenta el mayor promedio del número de servicios ofrecidos. En cuanto a las tarifas los establecimientos de alojamiento muestran diferencia en los precios ofertados, con un modelo de negocio basado en las comisiones hacia estos intermediarios y Airbnb presenta la tarifa promedio más baja. En las valoraciones, en las tres plataformas los usuarios mantienen opiniones positivas de los servicios ofrecidos por los establecimientos de alojamiento, por lo que de forma comparativa no existe diferencia en este aspecto, lo que revela la satisfacción y percepción de confianza visualizados en estos portales que ayudan al incremento de reservas por parte de los usuarios y a la reputación *on line* de los alojamientos. No obstante, Airbnb de manera descriptiva presenta el promedio de valoración más alto.

Las limitaciones del estudio se enmarcan en que el tamaño de la muestra de los alojamientos de los portales analizados presenta diferencias en su cantidad, sin embargo la información es útil para el análisis de la comparabilidad de datos.

Las líneas futuras investigación corresponden a investigar los factores que determinan la elección de las tres plataformas en los turistas nacionales o extranjeros que visitan la ciudad de Cuenca.

BIBLIOGRAFÍA

Andrés Martínez, M. E., Borja, M. Á. G., & Jiménez, J. A. M. J. (2015). Un análisis del efecto de la percepción de justicia de precios en el comportamiento del consumidor en el proceso de reserva de hotel online. *Pasos*, 13(4), 849.

Airbnb (2019). *Website*. Recuperado de: <https://es.airbnb.com/>

Aragón Cánovas, F. J., & Villanueva, V. N. (2015). Las plataformas de economía colaborativa como una tendencia que fomenta el turismo colaborativo. Universidad Internacional de Andalucía. En: V Congreso Internacional de Turismo para Todos, p. 41-64.

Booking (2019). *Website*. Recuperado de <https://www.booking.com/>.

Díaz Armas, R. J., Taño, D. G., & Rodríguez, F. J. G. (2014). Airbnb como nuevo modelo de negocio disruptivo en la empresa turística: Un análisis de su potencial competitivo a partir de las opiniones de los usuarios. *Revista de Análisis Turístico*, p. 1-9.

Banerjee, S., & Bonfield, S. (2019). How Online Reviews in a Year Predict Online Sales in the Next on Expedia.com + Agoda.com + Hotels.com? A Panel Study of Hotels. En: 5th International Conference on Information Management (ICIM) IEEE.

Da Silva, G. L., Mendes Filho, L., & Marques Júnior, S. (2019). Analysis of the Perception of Accommodation Consumers on the Use of Online Travel Agencies (OTAs). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 13(1), 40-57.

del Busto, E., Ceballos Martín, M. M., & Pérez Guerra, R. (2019). Marco normativo de los apartamentos y viviendas de uso turístico en España. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 26(1), 62-92

Diana-Jens, P., & Rodríguez Ruibal, A. (2015). La reputación online y su impacto en la política de precios de los hoteles. *Cuadernos de Turismo*, (36), 129-155.

Expedia (2019). *Website*. Recuperado de: <https://www.expedia.com/>

Ferrando, O. R., Prusaczyk, V. G., & Tejera, L. N. (2012). Determinación de precios en la industria de la hotelería. *Revista Digital del Instituto Internacional de Costos*, (1), 211-227.

Guttentag, D. (2017). Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*. 19. Recuperado de: https://scholarworks.umass.edu/ttra/2017/Academic_Papers_Visual/19

E., & King, B. (2017). Accommodating the sharing revolution: a qualitative evaluation of the impact of Airbnb on Singapore's budget hotels. *Tourism Recreation Research*, 42(4), 409-421

Koh, E., & King, B. (2017). Accommodating the sharing revolution: a qualitative evaluation of the impact of Airbnb on Singapore's budget hotels. *Tourism Recreation Research*, 42(4), 409-421

Koh, E., & King, B. (2017). Accommodating the sharing revolution: a qualitative evaluation of the impact of Airbnb on Singapore's budget hotels. *Tourism Recreation Research*, 42(4), 409-421

Koh, E., & King, B. (2017). Accommodating the sharing revolution: a qualitative evaluation of the impact of Airbnb on Singapore's budget hotels. *Tourism Recreation Research*, 42(4), 409-421

Koh, E., & King, B. (2017). Accommodating the sharing revolution: a qualitative evaluation of the impact of Airbnb on Singapore's budget hotels. *Tourism Recreation Research*, 42(4), 409-421

Koh, E. & King, B. (2017). Accommodating the sharing revolution: a qualitative evaluation of the impact of Airbnb on Singapore's budget hotels. *Tourism Recreation Research*, 42(4), 409-421.

Lee, H. A., Denizci Guillet, B., & Law, R. (2013). An examination of the relationship between online travel agents and hotels: A case study of Choice Hotels International and Expedia. com. *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(1), 95-107.

[Priporas, C.](#), [Stylos, N.](#), [Rahimi, R.](#) and [Vedanthachari, L.](#) (2017). Unraveling the diverse nature of service quality in a sharing economy, [International Journal of Contemporary Hospitality Management](#), 29(9), 2279-2301

Rodríguez-Antón, J. M., Alonso-Almeida, M. D. M., Rubio-Andrada, L., & Celemín Pedroche, M. S. (2016). La economía colaborativa. Una aproximación al turismo colaborativo en España. CIRIEC-España, *Revista de economía pública, social y cooperativa*, (88), 258-283.

Rodríguez-Zulaica, A., Pastor, R., & Ara, F. V. (2017). Evolución de la intermediación turística en España tras la aparición de las TIC en el sector. *Revista Empresa y Humanismo*, 20 (2), 87-106.

Yakin, V., Kacar, A. İ., & Ay, C. (2017). Sharing Economy: Why the Turkish consumers use Airbnb?. *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets*, 2 (6), 25-36.

Ye, Q., Li, H., Wang, Z., & Law, R. (2014). The influence of hotel price on perceived service quality and value in e-tourism an empirical investigation based on online traveler reviews. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38(1), 23-39.

Competitividad: Empresa Turística en Ceará-Brasil¹

Dra. Myrtis Arrais de Souza²

Resumen³

La existencia de agentes con capacidad empresarial significa un conjunto de calidades que los diferencia de los demás recursos humanos económicamente movilizables.

Las posibilidades de un nuevo modelo de relaciones entre universidad-industria-gobierno indican que las condiciones locales traigan recursos a ser operados en forma de red.

Esta investigación tiene por objetivo presentar las principales herramientas de cómo una empresa turística debe adecuarse al medio en que esta inserta, para ser competitiva y exitosa en su reto final.

Se utiliza el referencial teórico de los principales autores mundiales sobre el tema competitividad, incluyendo, entre otros, en apoyo los subtemas pertinentes.

Además de la revisión de literatura se ha hecho un estudio de caso, con recopilación de datos a través de aplicación de encuesta a las principales empresas turísticas receptoras del estado de Ceará-Brasil.

Los resultados apuntaron que las empresas turísticas receptoras de Ceará aún exhiben una competitividad reducida, determinada por su pequeño tamaño, su escasa coordinación y asociatividad, su baja cualificación de recursos humanos, su lejanía de la toma de decisiones del sector y su escasa capacidad de gestión estratégica.

El fomento de la asociatividad y la creación de instancias institucionalizadas e informales (eventos) de encuentro, coordinación y acción común son recomendados.

Palabras-clave: Empresas Turísticas receptoras; Competitividad y Turismo; Empresa turística y Territorio; Recursos Humanos en Turismo.

Abstract

The existence of agents with entrepreneurial capacity means a set of qualities that differentiates them from other economically mobilizable human resources.

The possibilities of a new model of relations between university-industry-government indicate that local conditions bring resources to be operated as a network.

This research aims to present the main tools of how a tourism company should adapt to the environment in which it is inserted, to be competitive and successful in its final challenge.

1 Este trabajo hace parte, con actualización, de mi tesis de doctorado titulada Turismo y Desarrollo Endógeno: el caso de las empresas turística receptoras en Ceará-Brasil.

2 PHD en Desarrollo Económico y Turismo por la UAM Universidad Autónoma de Madrid.

Institución de Trabajo: SEPLAG-CE Secretaria de Planejamento do Governo do Estado do Ceará Email: myrtisarraisdosouza@gmail.com

3 A ser presentado como artículo completo al IV Congreso Internacional COODTUR que se realizara en Temuco entre 01 y 04 de octubre de 2019.

The theoretical reference of the main world authors on the competitiveness issue is used, including, among others, in support of the pertinent subtopics.

In addition to the literature review, a case study was carried out, with data collection through the application of a survey to the main tourism companies in the state of Ceará-Brazil.

The results pointed out that the tourism companies receiving Ceará still exhibit a reduced competitiveness, determined by its small size, its poor coordination and associativity, its low qualification of human resources, its remoteness from the decision making of the sector and its limited management capacity. strategic

The promotion of associativity and the creation of institutionalized and informal instances (events) of encounter, coordination and common action are recommended.

Keywords: Receiving tourist companies; Competitiveness and Tourism; Tourism company and Territory; Human Resources in Tourism.

Introducción

Emprendimiento, innovación y desarrollo son términos que están intrínsecamente asociados desde Schumpeter (1934), él que situó la innovación en el centro de la temática económica y las describía como la introducción de nuevas combinaciones, de procedimientos y objetos que serán o no nuevos, pero que son utilizados de manera que en el contexto de referencia, resulta original⁴.

La introducción y difusión de las innovaciones y el conocimiento es uno de los mecanismos que estimulan el aumento de la productividad y, por ende, el desarrollo económico, ya que impulsa la transformación y renovación del sistema productivo. Ellos conducen a mejorar el “*stock*” de conocimientos tecnológicos de un sistema productivo, lo que crea economías externas, de las que se benefician todas las empresas y la sociedad (Vazquez Barquero, 1999 y 2004; Albuquerque, 2008; Carballo, 2003).

La competitividad, que puede ser resultado de innovaciones, depende, en mayor medida, del rol protagónico de los agentes institucionales y empresariales locales que desarrollan experiencias de cooperación. Por ello, la capacidad empresarial innovadora en el nivel local es, probablemente, el elemento decisivo para liderar el proceso de desarrollo y movilizar los recursos disponibles.

La innovación y la difusión tecnológica son atributos de los sistemas humanos construidos y dependen en gran medida de las inversiones en conocimiento (investigación y desarrollo) y la difusión de conocimientos en la sociedad (educación) (Irigaray et al., 2006).

⁴ Véase también a Schumpeter y Opie, 1961.

La disponibilidad de agentes con capacidad emprendedora está asociada a factores culturales, sociales, económicos e institucionales. En el mundo laboral, afirman Flores y Gray, 2005, derivado de las nuevas tecnologías, de la orientación al cliente y de la globalización, debemos aspirar al espíritu emprendedor como la única forma emergente de vida laboral capaz de renovar los valores comunitarios⁵.

Objetivos

Esta investigación tiene por objetivo presentar las principales herramientas de cómo una empresa turística debe adecuarse al medio en que esta inserta, para ser competitiva y exitosa en su reto final.

Metodología

El presente estudio corresponde a un estudio de caso. Se aplicaron encuestas mediante un cuestionario estructurado. Fue realizada una recopilación de los datos existentes sobre los temas de innovación y competitividad en las empresas receptoras de turismo y la contribución de sus actividades al desarrollo del estado de Ceará, tanto de fuentes públicas cuanto privadas, en empresas seleccionadas. La encuesta fue aplicada a los responsables de recursos humanos en las empresas seleccionadas y a los empleados de las mismas empresas.

Referencial Teórico

Competitividad en la Empresa: en toda empresa encontramos una serie de elementos para la realización de una cantidad de actividades económicas las cuales se puede agrupar en tres: los elementos humanos o personas; elementos materiales o bienes; elementos inmateriales o no tangibles. Además del entorno local (*milieu*) lo cual permite plantear que el territorio juega un papel estratégico en la creación y difusión de las ideas y de las innovaciones, factor condicionante del desarrollo de *clusters*. Maillat (1995) explica que las innovaciones y el cambio tecnológico surgen en un territorio concreto y están asociados con el saber hacer local, la cualificación de los recursos humanos, las instituciones de conocimiento que realizan investigación y desarrollo. Algunos países por no poseer las condiciones propicias para desarrollar las tecnologías más modernas en el producto simplemente adoptan la imitación de las existentes en otras partes del mundo (IPEA, 2005a). Se advierte que países imitadores casi nunca tienen acceso a las tecnologías más avanzadas o eficientes.

Las innovaciones se dan como parte de las transformaciones sociales e institucionales (Boisier, 2004a; Vázquez Barquero, 2001) y la necesidad de formación, capacitación y

5 Véase también a Fields, 2006; Radwan, S. 2007; Woodruff, C. 2007; Banco Mundial, 2007.

educación de los actores envueltos, en especial de los empresarios y empleados en las empresas⁶.

En la empresa turística las medidas recomendadas para mejorar la productividad, y consecuente competitividad, son las siguientes (Pimenta, 2004): aplicación de las políticas salariales apropiadas; mejora de los planes de capacitación; mejora de las condiciones de trabajo; adaptación de equipamientos a los nuevos procesos de innovación; estudio de cambios en las estructuras organizativas de la empresa.

La capacidad empresarial: Las características principales de los emprendedores son tener: visión estratégica; baja aversión a los riesgos; espíritu innovador; flexibilidad para captar oportunidades de inversiones; energía suficiente para la implantación de proyectos de emprendimientos; acceso a los otros factores de producción, capacidad para combinarlos y motivarlos; y la capacidad de organizar el emprendimiento (Rossetti, 1997 y Dolabela, 2005)

La disponibilidad de agentes con capacidad emprendedora está asociada a factores culturales, sociales, económicos e institucionales. En economías de desarrollo tardío la presencia de ese factor es escasa, lo que dificulta el crecimiento (Haddad, 2008)⁷. En el mundo laboral, afirman Flores y Gray, 2005, derivado de las nuevas tecnologías, de la orientación al cliente y de la globalización, debemos aspirar al espíritu emprendedor como la única forma emergente de vida laboral capaz de renovar los valores comunitarios⁸.

La ambición que moviliza a los emprendedores se justifica socialmente en la medida que contribuirá para generar empleos y dotar la economía de una de las precondiciones relevantes para el bienestar social – la expansión de la producción⁹.

Cooperación entre centros de formación y empresas: Leydesdorff y Etzkowitz (1996 y 1998) estudiaron y sistematizaron el modelo de producción del conocimiento o tríplice hélice. La primera conferencia sobre el tema (Barbosa Galvão, 2000), en 1996, tuvo como discusión principal el futuro de la investigación en la universidad y la emergencia de un nuevo modelo de producción y disseminación del conocimiento. En la segunda conferencia (1998) algunas de las cuestiones para discusión fueron: ¿por qué algunas regiones y países con significantes recursos en investigación y desarrollo no desarrollan industrias de alta tecnología? ¿Cómo utilizar mejor los recursos para actualización y avance? ¿Cómo la perspectiva de red de la tríplice hélice se relaciona

6 Véase también Barros, 1991; Calderón y Chong, 2005; Arias et al. , 2005 y Mico y Pagés, 2006.

7 Columna de Paulo R.,Haddad, en el Diario O Estado del 18 de agosto de 2008. Disponible en Internet en el siguiente site: http://www.estado.com.br/estadoodehoje/20080818/not_imp225917,0.php

8 Véase también a Fields, 2006; Radwan, S. 2007; Woodruff, C. 2007; Banco Mundial, 2007.

9 Véase el libro Employment and Shared Growth – Rethinking the role of labor mobility for development. Editores: Pirella Paci and Pieter Serneels. The World Bank, 2007.

con los materiales colectados en estudios y practicas locales? ¿Cómo pueden los estudios locales indicar un camino teórico a ser seguido?

Las posibilidades de un nuevo modelo de relaciones entre universidad-industria-gobierno indican que las condiciones locales traigan recursos para ser operados en forma de red porque las interacciones en red generan mutuas expectativas e interfieren en la organización institucional.

Competitividad basada en recursos humanos y territorio: La profesionalización de la dirección de empresas turísticas ha constituido, según Muñoz et al. (1996), la clave del crecimiento de la actividad turística. La convicción de que la competitividad está influida esencialmente por los aspectos internos de la empresa (formas de organización interna y comportamiento estratégico) ha concedido especial trascendencia al estudio de la problemática organizativa y estratégica de la empresa. Es preciso entonces detenerse a precisar ¿qué es realmente la competitividad turística?

López Ramos, 2007, la define como la habilidad de un país para crear un valor agregado a la riqueza nacional, producto de la administración de activos o procesos, atracciones o incursiones, globalidad o proximidad, y por la integración de esas relaciones dentro de un modelo económico y social.

Al encadenamiento de productos los llamamos "*clusters* turísticos", Michael Porter, ha desarrollado aportaciones fundamentales al significado de la competitividad a través del estudio de las ventajas competitivas de las naciones, en el que manifiesta que "una nueva teoría debe reconocer como elemento central (de la competitividad) al mejoramiento y la innovación en los métodos y tecnología". El autor considera que un sector alcanzará competitividad cuando el llamado "diamante competitivo" logre condiciones favorables.

Bajo estos principios del modelo de *cluster* de Porter, la actividad turística se desarrolla en espacios geográficos perfectamente localizados, donde se concentran e interrelacionan los atractivos turísticos, infraestructuras, equipamientos, servicios y organización para ofrecer un producto a un mercado determinado (Arrais de Souza, 2003).

El peso de las micro y pequeñas empresas en términos de número, dentro del conjunto del sector de turismo es superior al de las grandes empresas, aunque ya se observa la internacionalización y la llegada a los países menos desarrollados de grandes cadenas hoteleras en la modalidad de *resorts*¹⁰ (Arrais de Souza, 2014).

10 Un modelo que si no cambia debiera estar en desuso y es agresivo para los retos del desarrollo local, principalmente por no incluir a la población nativa.

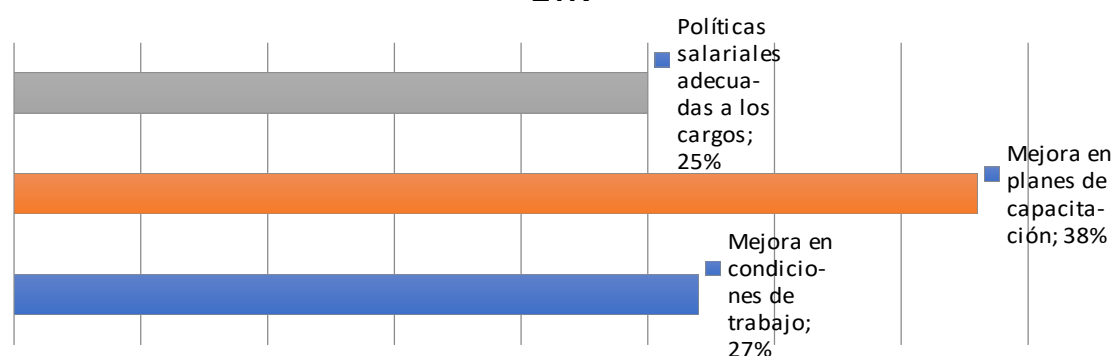
La administración de los recursos humanos, según Martín Rojo (2000), consiste en la puesta en práctica y control de un conjunto de actividades capaces de promover al desempeño eficiente del personal, una vez que se permite a las personas que trabajan en la organización alcanzar sus objetivos individuales relacionados directa o indirectamente con el trabajo.

El empresario turístico tiene que ser innovador para estar en plena actualidad de su negocio y conseguir hacer más competitiva su empresa. Sin embargo, Hjalager, 2010, ha hecho un examen sobre el tema y revela que aún hay evidencia empírica sólo limitada, sistemática y comparable del nivel de actividades innovadoras en turismo y de sus impactos y las implicaciones más amplias para los destinos y las economías nacionales.

Resultados y Conclusiones

Según muestra la Gráfica 1, en las empresas de recepción turística de Ceará, las principales medidas para mejorar la productividad en el nivel gerencial son: el mejoramiento de los planes de capacitación (38% de las empresas), la mejora en las condiciones de trabajo (27%) y las políticas salariales más adecuadas a los cargos (25%). El mejoramiento en las condiciones de trabajo puede ser decisivo en términos de productividad, ya que muchos de los gerentes de empresas turísticas tienen, a modo de ejemplo, horas excesivas de trabajo en la alta estación turística y muchas veces no cuentan con tecnologías modernas para ayudarlos en sus tareas, tales como *softwares* adecuados a sus necesidades y personal de apoyo capacitado.

Gráfica 1: Medidas adoptadas para mejorar la productividad a nivel gerencial en ETR



Fuente: Elaboración propia

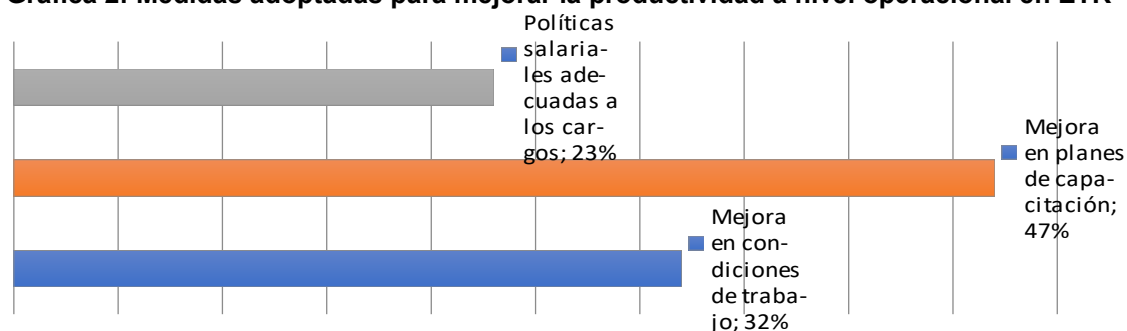
En cuanto a las medidas de estímulo a la productividad orientadas a los operativos (Gráfica 2) las empresas receptoras turísticas de Ceará tienen un comportamiento semejante al de los gerentes: los planes de capacitación responden por 47% de los

estímulos, lo que es normal haber un porcentaje mayor en este ítem, pues los funcionarios comunes generalmente tienen menos capacitación que los gerentes.

La mejora en las condiciones de trabajo es responsable por 32% de los estímulos a la productividad de los trabajadores, lo que puede significar un espacio mayor para el trabajo, un asiento más cómodo, una máquina más moderna, agua y café, entre otros.

Las políticas salariales adecuadas es la última herramienta utilizada, pero una muy importante forma de aumento de la productividad para los empleados de las empresas turísticas, y corresponde a 23%, lo que puede provocar una satisfacción mayor y con más calidad de atención a las necesidades de los trabajadores y sus familias, que así pueden trabajar más tranquilos y con más motivación.

Gráfica 2: Medidas adoptadas para mejorar la productividad a nivel operacional en ETR



Fuente: Elaboración propia

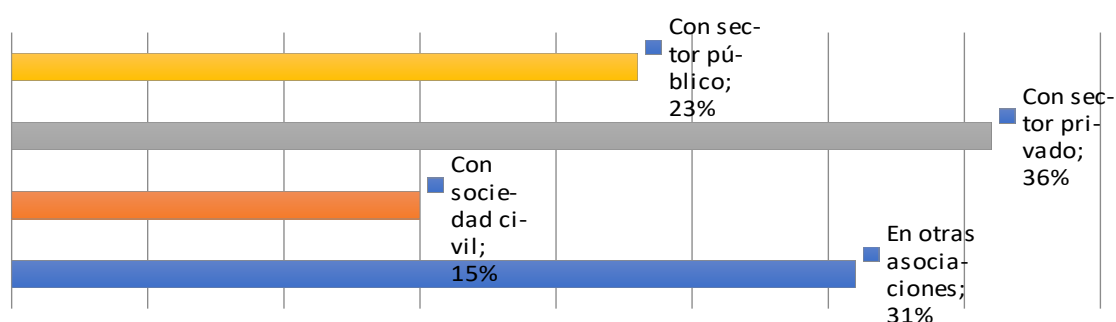
Las empresas turísticas receptoras de Ceará en su mayoría (64%) declararon no participar de ninguna asociación (Gráfica 3), lo que puede indicar una falta de interacción con los demás componentes de la actividad de turismo o sistema turístico local constituido, teniendo como consecuencia los rasgos de organización social presente: o sea, un bajo capital social y más específicamente, falta de cooperación para el logro del éxito de la actividad turística como un todo.

Entre las empresas que participan de asociaciones, el 36% están adheridas a las asociaciones del mismo sector privado de negocios (las que reúnen a los empresarios que están interesados en las temáticas semejantes entre los subsistemas que componen la actividad de turismo: agentes, operadores, transportadores, medios de hospedaje, entre otros; el 23% de las ETR tienen asociaciones con el sector público¹¹ y 15% con la sociedad civil (asociaciones comunitarias de personas que viven en el mismo territorio local de la empresa y que normalmente tienen la función de mejorar la vida del ciudadano y su comunidad).

¹¹ El sistema que se llama en Brasil los cinco S - SENAC, SESI, SENAI, SEBRAE y SESC - o sea, instituciones de apoyo a los micros y pequeños empresarios, que es entendido como público pues reciben recursos en su mayor parte gubernamentales, pero que también tienen recursos privados en su composición de capital.

El análisis de este punto muestra que todavía existe poca disposición para trabajar de forma sistémica en el turismo receptor de Ceará, lo que puede comprometer negativamente los resultados de la actividad como un todo y su contribución al desarrollo económico en la Región. Si se desea generar en Ceará un verdadero *cluster turístico* (expresión de uso común para algunos políticos y autoridades) éste será un punto crítico. La necesidad de asegurar encadenamientos y aprendizajes colectivos en el territorio es un desafío extremadamente complejo y difícil, “dado la cultura de la desconfianza y el individualismo que dificulta la formación de organizaciones de base en Ceará” (Küster, 2003).

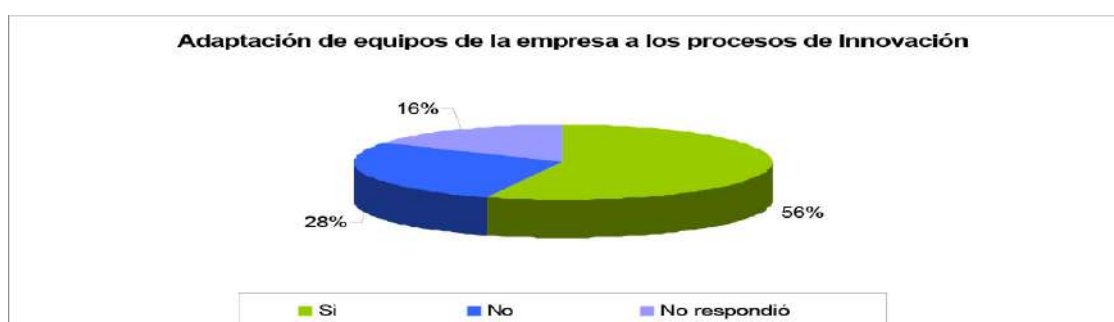
Gráfica 3: Acuerdos o asociaciones en que las empresas (ETR) participan



Fuente: Elaboración propia

En lo relativo a la adaptación de equipos de la empresa a los procesos de innovación muchos empleados (56%) sienten que sus empresas tienen equipos adaptados a los procesos modernos de trabajo (Gráfica 4). Si se hace una relación con los empleados que no reciben o tienen poca capacitación, ya comentado, de ahí se entiende que lo que existe ya es suficiente para sus niveles de conocimiento.

Gráfica 4: Adaptación de equipos de la empresa a los procesos de innovación



Fuente: Elaboración propia

En contraste, el 28% dijo que sus empresas no tienen equipos adaptados a los procesos modernos de trabajo (ordenadores modernos, software adecuados, sistemas

de controles, entre otros), los cuales pueden corresponder a aquellos que poseen mejores conocimientos o que han trabajado antes en las grandes empresas internacionales instaladas en Ceará y que formaron parte de la muestra en las encuestas

Referencias Bibliográficas

- ALBURQUERQUE, F. (2008): Innovación, Transferencia de Conocimientos y Desarrollo Económico Territorial: Una Política Pendiente. Disponible en www.dete-alc.org.
- ARIAS, O., A. B., M. BOSCH, W. CUNNINGHAM, A. FISZBEIN, A. G. LÓPEZ, W. MALONEY, J. SAAVEDRA, C. Sánchez-Páramo, M. Santamaría, L. S. (2005): Pending Issues in Protection, Productivity Growth, and Poverty Reduction. Policy research working paper. World Bank, Washington, DC. USA.
- ARRAIS DE SOUZA, M. (2014): Turismo y Desarrollo Endógeno: el caso de las empresas turística receptoras en Ceará-Brasil. Tesis de Doctorado en la Universidad Autónoma de Madrid – UAM. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo. Doctorado en Integración y Desarrollo Económico. España.
- ARRAIS DE SOUZA, M. (2003): La Capacitación de Recursos Humanos en Empresas Turísticas como Factor de la Gestión del Turismo Sustentable: aportaciones conceptuales y análisis del caso brasileño. Trabajo de investigación de segundo año del Programa de Doctorado en Planificación Territorial y Desarrollo Regional de la Universitat de Barcelona. Barcelona. (Mimeo) 186p. España.
- BANCO MUNDIAL (2007): Employment and Shared Growth – Rethinking the role of labor Mobility for Development. Editores: Pirella Paci and Pieter Serneels. The World Bank - The International Bank for Reconstruction and Development. Washington, DC, USA.
- BARBOSA GALVÃO, M. C. (2000): Ciência da informação: ciência recursiva no contexto da sociedade da informação. Ci. Inf.v.29 n.3 Brasília set./dic. 2000. Brasil.
- BARRO, R (1991): Economic Growth in a Cross Section of Countries. Quarterly Journal of Economics 106 (2), 407-43.
- BOISIER, S. (2004a): ¿Hay Espacio Para El Desarrollo Local en la Globalización? (mimeo). Chile.
- CARBALLO, R. (2003): Innovación, Conocimiento y Espacios de Aprendizaje: De los Inhibidores a los Sublimadotes Universidad Complutense de Madrid Revista Madri+d de Ciencias y Tecnología, núm. 23/2003. España.
- DOLABELA, F. (2005): Taller del emprendedor una metodología de enseñanza que ayuda a transformar el conocimiento en riqueza para el desarrollo económico y social de las regiones. 1 ed. Rosario: Universidad Nacional de Rosario. Argentina.
- FIELDS, G. S. (2006): Employment in Low-Income Countries: Beyond Labor Market Segmentation? In chapter 2 del BANCO MUNDIAL (2007): Employment and Shared Growth – Rethinking the role of labor Mobility for Development. Editores: Pirella Paci and Pieter Serneels. The World Bank - The International Bank for Reconstruction and Development. Washington, DC, USA.
- FLORES, F. y GRAY, J. (2005): El espíritu emprendedor y la vida wired: el trabajo en el ocaso de las carreras. Disponible en www.atinachile.cl
- HJALAGER, A.M. (2010): [A review of innovation research in tourism](http://www.journals.elsevier.com/tourism-management/most-read-articles/). Tourism Management Articles. Volume 31, Issue 1, pages 1-12. Febrero. Disponible en <http://www.journals.elsevier.com/tourism-management/most-read-articles/>
- IPEA (2005a): Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Brasil: o estado de uma nação, Livros IPEA, Rio de Janeiro, Brasil (Coordenadores: Fernando Rezende e Paulo Tafner). Disponible en www.ipea.gov.br

- IRIGARAY, H. A.; VIANNA, A.; NASSER, J. E.; LIMA, L.P.M. (2006): Gestão e desenvolvimento de produtos e marcas. 2ª ed. Ver. Atual. Rio de Janeiro: Editora FGV. Brasil.
- KÜSTER, A. (2003): Democracia e sustentabilidade. Experiências no Ceará, Nordeste de Brasil. Konrad Adenauer Stiftung, Fortaleza, Brasil.
- LEYDESDORFF; L.; ZKOWITZ, H. (1996): Emergence of a triple helix of university – industry - government relations. *Science and Public Policy*, v. 23, n. 5, p. 279-286.
- LEYDESDORFF; L.; ZKOWITZ, H. (1998): The triple helix as a model for innovations studies. In: TRIPLE HELIX CONFERENCE, 2. Purchase. Conference Report.
- LÓPEZ RAMOS, J. L. (2007): ¿Que es la competitividad turística? Disponible en www.consoc.udg.mx
- MAILLAT, D. (1995): Desarrollo territorial, milieu y política regional, in Vázquez Barquero, A. i Garofoli, G., *Desarrollo económico local en Europa*. Madrid: Economistas Libros. España.
- MARTÍN ROJO, I. (2000): Dirección y Gestión de empresas del sector turístico. Madrid: ed. Pirámide. España.
- MUNÓZ, A. P. (director). MIR, V. M. M. (coordinador) (1996). *Introducción a la Economía del turismo en España*. Madrid: ed. Civitas.
- PIMENTA, M. A. (2004): *Gestão de Pessoas em turismo sustentabilidade, qualidade e comunicação*. Campinas, SP: ed. Alínea. Brasil.
- RADWAN, S. (2007): Good Jobs, Bad Jobs, and Economic Performance: A View from the Middle East and North Africa Region. In Chapter 3 del BANCO MUNDIAL (2007): *Employment and Shared Growth – Rethinking the role of labor Mobility for Development*. Editores: Pirella Paci and Pieter Serneels. The World Bank - The International Bank for Reconstruction and Development. Washington, DC, USA.
- ROSSETTI, J. P. (1997). *Introdução à Economia*. São Paulo: atlas. Brasil.
- SCHUMPETER, J.A. (1934): *Teoria do Desenvolvimento Econômico uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. São Paulo: Ed. Nova Cultural. (tradução do original intitulado *Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung* Dunker & Humblot, Berlim, Alemanha a partir do texto em língua inglesa, intitulado *The Theory of Economic Development* traduzido por Redvers Opie). Brasil.
- SCHUMPETER, J. A., R. Opie (1961): *The Theory of Economic Development and Inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. New York: Oxford University Press. USA.
- VÁZQUEZ-BARQUERO, A. (1999): *Desarrollo, redes e innovación lecciones sobre desarrollo endógeno*. Madrid: ed. Pirámide. España.
- VÁZQUEZ-BARQUERO, A. (2001): *Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização*. Fundação de Economia e Estatística. Porto Alegre – Rio Grande do Sul, Brasil.
- VÁZQUEZ-BARQUERO, A. (2004): *Desarrollo endógeno: Interacción de las fuerzas que gobiernan los procesos de crecimiento económico*, in Vergara y von Baer; (Ed.): *En la frontera del desarrollo endógeno*, Ediciones Universidad de La Frontera, marzo de 2004, Temuco, Chile.
- WOODRUFF, C. (2007): *Self-Employment: Engine of Growth or Self-Help Safety Net?* In chapter 4 del del BANCO MUNDIAL (2007): *Employment and Shared Growth – Rethinking the role of labor Mobility for Development*. Editores: Pirella Paci and Pieter Serneels. The World Bank - The International Bank for Reconstruction and Development. Washington, DC, USA.

COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS EN EL TERRITORIO DIGITAL

Mg. Claudia Toros Scorians¹
Mg. Carlos Espinosa²
Mg. Marcelo Mancini³
Lic. Martín Herrero⁴

Resumen

A partir del advenimiento de Internet de manera más o menos masiva, la vida de las personas y las instituciones ha cambiado radicalmente. Cuando se pensaba que el fenómeno ya no podría ser más volátil o complejo, las interacciones físicas – en comunicaciones, intercambio social y político, comercio, medios y entretenimiento – están siendo desplazadas por las originadas digitalmente. Asimismo, son cada vez más los destinos que compiten por captar los crecientes flujos turísticos de las sociedades modernas, procurando, entre otros objetivos, minimizar su capacidad ociosa a fin de acelerar su penetración en el mercado; tornándose imperativo integrarse a circuitos turísticos de elevada jerarquía e insertarse rápidamente en el mundo digital.

El presente trabajo de investigación pretende abordar los siguientes interrogantes: ¿qué desarrollo están teniendo los destinos turísticos en el campo de los medios digitales?, ¿cuáles son los factores que hacen a la competitividad de los destinos turísticos en el territorio digital?, ¿cuáles son los medios digitales más relevantes para mejorar el posicionamiento de los destinos y las empresas que prestan servicios turísticos?, ¿se reflejan los cambios que ocurren en el territorio digital en las comunicaciones digitales que realizan las organizaciones turísticas tanto públicas como privadas?

Palabras clave: competitividad destinos turísticos territorio digital

Abstract

Since the advent of the Internet in a more or less massive way, the lives of people and institutions have changed radically. When it was thought that the phenomenon could no longer be more volatile or complex, the physical interactions - in communications, social and political exchange, commerce, media and entertainment - are being displaced by those originated digitally. Likewise, there are more and more destinations that compete to capture the growing tourist flows of modern societies, seeking, among other objectives, to minimize their idle capacity in order to accelerate their penetration in the market; becoming imperative to join high-level tourism circuits and quickly insert in the digital world.

1 Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Argentina. claudiatorosscorians@gmail.com

2 Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Argentina. carlospinosafatu@gmail.com

3 Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Argentina. mancinimarcelo59@gmail.com

4 Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Argentina. economiamartinherrero@gmail.com

This research work aims to address the following questions: what development are tourist destinations having in the field of digital media? What are the factors that make the competitiveness of tourist destinations in the digital territory? Which are the digital media more relevant to improve the positioning of destinations and companies that provide tourism services? Are the changes that occur in the digital territory reflected in the digital communications carried out by both public and private tourism organizations?

Keywords: competitiveness tourism destinations digital territory

1. INTRODUCCIÓN

A mediados de la década de los '90 se venden las primeras conexiones comerciales a Internet en Argentina y Chile. En el año 1998 menos del 5% de la población tenía conexión a la red en ambos países. Diez años más tarde la penetración alcanzaba a más del 31% en Chile y entre el 26% y 30% en Argentina. Para el 2015 esos guarismos se situaban en 72,3% y 80,1% respectivamente (ExitoExportador.com, 2017). Hace casi veinte años atrás se registraba el dominio Google.com y apenas diez años atrás se presentaba el primer iPhone. En este corto período de tiempo las tecnologías digitales cambiaron el mundo radicalmente. Cuando se pensaba que el mismo ya no podría ser más volátil o complejo, las interacciones físicas – en comunicaciones, intercambio social y político, comercio, medios y entretenimiento – están siendo desplazadas por las originadas digitalmente. A medida que los ciclos de vida de los productos y servicios se reducen de años a meses y semanas, el nuevo modelo de adopción de productos y servicios se asemeja más a una aleta de tiburón que a una curva en forma de campana, caracterizada por un éxito repentino, incluso violento, un corto, aunque brillante período de predominio seguido por un descenso drástico. Lo digital también abre las compuertas a mercados sin restricciones –los que tienen pocos obstáculos para entrar y salir– de modo que, tanto los advenedizos como los actores tradicionales pueden surgir de la nada y adquirir preponderancia con mucha rapidez. Basta ver lo sucedido en los últimos años con plataformas digitales como Airbnb.com o las OTAs (On Line Travel Agencies), que pasaron a ocupar un lugar preponderante en el comercio de algunos servicios turísticos fundamentales.

Por otra parte, son cada vez más los destinos que compiten por captar los crecientes flujos turísticos de las sociedades modernas, procurando, entre otros objetivos, minimizar la capacidad ociosa de los mismos o promover el desarrollo económico de una localidad o región. Para lograr dicho objetivo se torna imperativo integrarse a circuitos turísticos de elevada jerarquía e insertarse rápidamente en el mundo digital a fin de acelerar su penetración en el mercado.

San Martín de los Andes (Argentina) y Pucón (Chile) son dos centros turísticos relativamente jóvenes, desarrollados fuertemente desde mediados de los '80 y principios de los '90 respectivamente, siendo actualmente dos destinos de jerarquía internacional con una variada oferta de servicios y con un alto potencial de integrarse en un atractivo circuito binacional por su cercanía y complementariedad de recursos.

En este contexto, y sabiendo que los mercados digitales no han tenido un desarrollo homogéneo en los espacios nacionales, regionales y locales, es que cabe explorar la competitividad de ambos destinos en el territorio digital, tanto a nivel de destino como de las empresas prestadoras de servicios turísticos. Para los actores clave de estos escenarios, es esencial entender cómo están desarrollándose en este campo tan dinámico a fin de lograr una mejora en su posicionamiento y capacidad competitiva.

2. OBJETIVOS

Al momento de formular el trabajo de investigación que aquí se expone, se propuso encontrar respuesta, aunque no de manera exhaustiva, a algunos interrogantes que de forma casi intuitiva iban generándose, tales como: ¿qué desarrollo están teniendo los destinos turísticos en el campo de los medios digitales?, ¿cuáles son los factores que hacen a la competitividad de los destinos turísticos en el territorio digital?, ¿cuáles son los medios digitales más relevantes para mejorar el posicionamiento de los destinos y las empresas que prestan servicios turísticos?, ¿se reflejan los cambios que ocurren en el territorio digital en las comunicaciones digitales que realizan las organizaciones turísticas tanto públicas como privadas?

De un modo formal, y para orientar el estudio en una fase inicial se procuró definir unos objetivos amplios, que permitieran, a posteriori, ir introduciendo otros pertinentes en virtud del avance de la investigación.

1.1. Objetivo General

- Indagar sobre la competitividad de los destinos turísticos en el territorio digital. Caso San Martín de los Andes (Argentina) y Pucón (Chile).

1.2. Objetivos Específicos

- Identificar los factores que hacen a la competitividad de los destinos turísticos en el territorio digital.
- Definir los medios digitales relevantes para el estudio.
- Realizar un análisis sincrónico y asincrónico de los destinos turísticos objeto de estudio en el territorio digital.

3. METODOLOGÍA

Conforme a las ideas que el equipo de investigación fue proponiendo como punto de partida para delimitar el tema de investigación, fue emergiendo con claridad la necesaria aplicación de una estrategia de investigación flexible, que permitiera construir una imagen completa y holística en base a las perspectivas y acciones de los participantes de la misma.

Por ello, se decidió abordar este estudio desde el paradigma cualitativo, ya que este tipo de investigación, en términos de Hernández Sampieri, no busca “precisar ni acotar el problema...al comenzar el proceso. Tales planteamientos son más bien enunciativos y constituyen un punto de partida de la investigación” (Hernandez Sampieri 2006 pp. 524). A tal fin se realizará una descripción y valoración propia de los datos que se vayan

obteniendo, redefiniendo el planteamiento del problema, de acuerdo con la información que vaya surgiendo. Con este diseño, los datos serán descriptivos, ricos (basados en los discursos y la conducta observable), el análisis de la información no será matemático intentándose captar reflexivamente el significado de la acción atendiendo a la perspectiva de los actores involucrados. (Vasilachis de Gialdino 2006).

3.1. Muestreo.

El tipo de muestreo será propositivo. Dado que no es de interés de la presente investigación generalizar resultados, la muestra será reducida e intencional (no probabilística).

Los casos a relevar se determinarán a través de la saturación de la muestra (cuando casos adicionales ya no produzcan nueva información). Conforme avance la investigación, y tal como se plantea en la introducción de esta propuesta metodológica, pueden agregarse unidades nuevas en virtud de datos nuevos que surjan del proceso de investigación.

Mertens (2005) señala que el muestreo cualitativo suele iniciarse con la identificación de ambientes propicios para llevar adelante la recolección de datos (en nuestro caso los destinos de San Martín de Los Andes y Pucón) luego -in situ- se identificarán grupos de interés (hoteles, agencias de viajes, restaurantes, organismos públicos) para finalmente encontrar al interior de estas organizaciones, individuos adecuados para la recolección efectiva de datos. De esta manera, la muestra no será estática y se redefinirá permanentemente.

La elección de los destinos para llevar adelante el estudio responde a la complementariedad de los mismos en un circuito internacional patagónico, la escala de los mismos (lo que permitirá su abordaje con los recursos disponibles) y el pertenecer a países diferentes lo que enriquecerá el estudio.

3.2. Recolección de datos.

Se propone la recolección de datos mediante la triangulación de herramientas. La herramienta principal será la observación participante y la observación y análisis de sitios web de organismos oficiales de los destinos seleccionados y de los prestadores turísticos de los mismos, complementada con entrevistas de bajo nivel de estructuración y análisis de documentación. La toma de datos se realizará dos veces a lo largo de la investigación, la primera durante el año 1 y la segunda en el año 3 de la investigación a efectos de corroborar cambios entre esos períodos. Para el análisis de datos, los mismos deben ser organizados y codificados. La codificación en este tipo de investigaciones, se realiza en dos planos. En un primer nivel se generan las unidades de significado y categorías. De la codificación de segundo nivel, surgirán temas y relaciones entre conceptos que posibilitarán producir teoría fundamentada. (Hernandez Sampieri 2006 pp. 581). A los efectos de poder observar la evolución de los factores de competitividad en el tiempo, se pretende realizar dos mediciones, una el primer año de la investigación (2018 y otra durante el tercer año (2020).

3.3. Confiabilidad y validez.

Dependencia (Confiabilidad Cualitativa). En las investigaciones cualitativas la confiabilidad se la conoce como dependencia. Se trata de lograr la confiabilidad verificando la sistematización en la recolección y el análisis cualitativo logrando que diferentes investigadores, efectúen análisis similares y generen resultados equivalentes.

Para demostrar la confiabilidad en la presente investigación se proporcionarán detalles específicos de la perspectiva teórica y el diseño utilizado, se explicitarán los criterios de selección de los participantes y las herramientas de recolección de datos, ofreciendo explicación sobre los métodos de análisis empleados (codificación, categorías e hipótesis) especificando el contexto de recolección y como se realizará el análisis de datos, y como se evitarán los sesgos y verificando la coherencia en la recolección de datos.

Credibilidad (Validez Cualitativa interna)⁵. Para lograr la credibilidad en nuestro estudio, se buscará evitar los sesgos de los investigadores que puedan afectar la claridad en la interpretación de los datos. Para ello se deben considerar todos los datos, particularmente aquellos que contradicen nuestras creencias. Asimismo, se les debe dar a todos los participantes del estudio la misma atención y posibilidad de actuación, considerando la afectación mutua entre investigado e investigador. Por otra parte, se debe buscar evidencia a favor y en contra de los postulados que han emergido en la investigación.

Transferencia de resultados. Dicha transferencia, en virtud de que no se pueden generalizar los resultados a una población más amplia, se obtiene cuando la esencia del estudio puede aplicarse a otros contextos, contribuyendo a un mayor conocimiento del fenómeno y colaborando con algunas pautas a aplicarse en futuros estudios.

Confirmabilidad. Es el paralelo cualitativo con la objetividad de los estudios cuantitativos. Se refiere a minimizar las tendencias y sesgos del investigador. Para lograrlo se buscará la triangulación de métodos e investigadores y la elaboración de un manifiesto con las creencias, prejuicios y concepciones del equipo de investigación.

4. AVANCES DE RESULTADOS (PRELIMINARES, PARCIALES)

Al comienzo del proceso investigativo, se avanzó en la consolidación de un contexto conceptual que permitiera abordar el fenómeno objeto de estudio, dado que varias categorías teóricas parecieran obsoletas para leer las nuevas realidades en el entorno digital.

En el caso del turismo, la revolución digital ha modificado la relación entre consumidores y empresas, efecto que se traslada también a los destinos turísticos. La lógica de cambio en el modelo de negocios a partir del comportamiento de los consumidores digitales es una realidad que se profundiza.

⁵ En los estudios cualitativos, la credibilidad se logra cuando se ha captado el significado completo y profundo de las experiencias de los participantes en relación al problema de investigación (Franklin y Ballau, 2015)

En el marco del proceso de transformación digital, al comenzar a indagar sobre los factores que hacen a la competitividad en el territorio digital han surgido cuestiones sumamente interesantes. Por ejemplo, en cuanto al relevamiento de mediciones sobre competitividad digital que se realizan en el mundo, existen diferentes métodos entre los que puede reconocerse una mirada común. Sin embargo, ello indujo a una profundización en el concepto de competitividad y los aspectos asociados a la misma, al igual que la elaboración y uso de índices de competitividad.

Se denomina competitividad a la facultad de competir: disputarse el [dominio](#) de algo, rivalizar para quedarse con aquello que otro u otros también pretenden conseguir. La idea de competitividad alude a contar con la capacidad necesaria para enfrentar a los competidores. Por lo tanto, no puede hablarse de competitividad como un absoluto. Se es competitivo en relación a un público que se quiere alcanzar.

En razón de lo precedentemente expuesto, quizás, uno de los primeros resultados (que conducirá a otros estudios y otros resultados sucesivamente) es cuestionar la validez que tiene la construcción de índices de competitividad turística de alcance genérico para un país, región o destino, sin considerar integralmente a todos los actores que compiten en ese terreno. Es decir, ¿podría enfocarse la investigación sin definir en relación a qué mercados se analizará la competitividad? ¿puede definirse un índice de competitividad en absoluto?

De hecho, los índices de competitividad digital analizados centran su mirada en el dominio y aplicación de tecnología digital por parte de prestadores de servicios, administraciones públicas de turismo y otros actores del sector. La variada utilización puede reflejarse en métricas de la oferta de la empresa, clúster o destino en el entorno digital.

En el relevamiento realizado se detectó que en algunos casos a nivel empresarial se mide la competitividad organizada sobre 9 dimensiones y más de 100 indicadores.

A nivel país, el IMD World Digital Competitiveness (WDC) ranking analiza y establece un ranking en función de la habilidad para adoptar y explorar tecnologías digitales procurando la transformación digital en las políticas públicas y prácticas de gobierno, nuevos modelos de negocios y la sociedad en general.

Por otra parte, las observaciones preliminares (las observaciones sistemáticas de todas las unidades de análisis identificadas están en desarrollo) de los sitios web de organismos oficiales de turismo y otras organizaciones vinculadas a los prestadores de servicios turísticos de los destinos, arrojan resultados preocupantes en términos de la capacidad de los mismos de potenciar la competitividad en el territorio digital, agudizándose en el caso de la localidad chilena de Pucón. Prácticamente, en todos los parámetros analizados, los sitios no muestran haber sido desarrollados mínimamente con esta finalidad (potenciar la competitividad) y, lo que es más grave, tampoco se advierten diseños que haga suponer alguna estrategia explícita o implícita detrás de los mismos. A modo ilustrativo se exponen dos sitios Web analizados (fig. 1 y 2).

Figura 1. Portal web oficial Municipalidad de San Martín de los Andes⁶

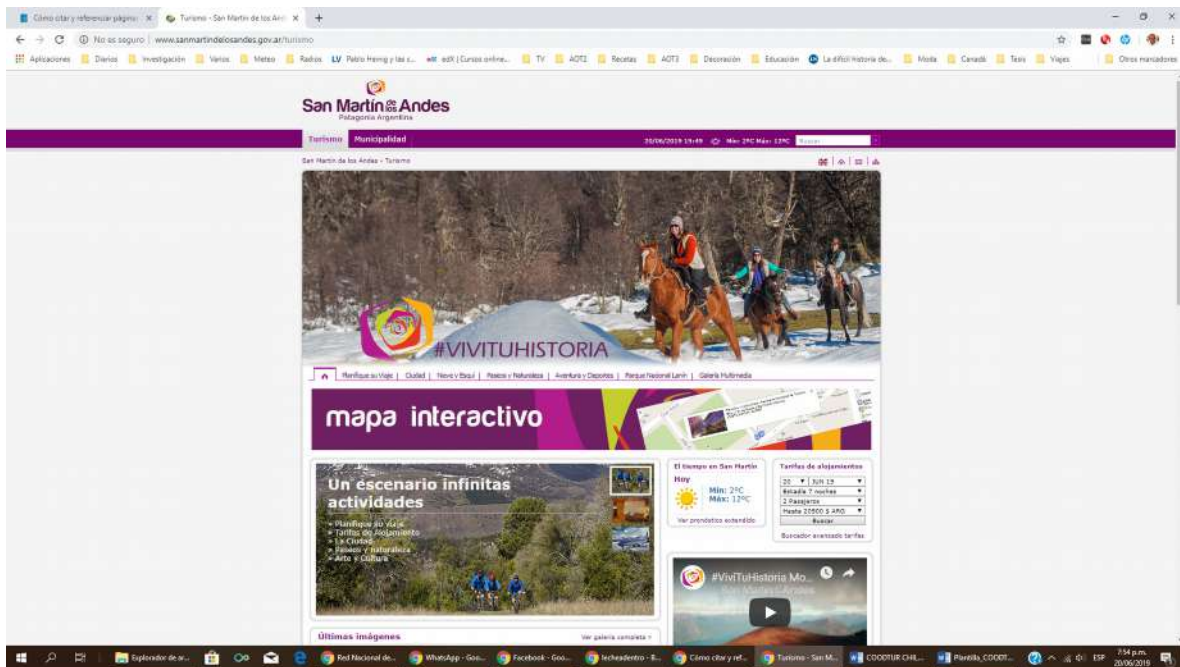
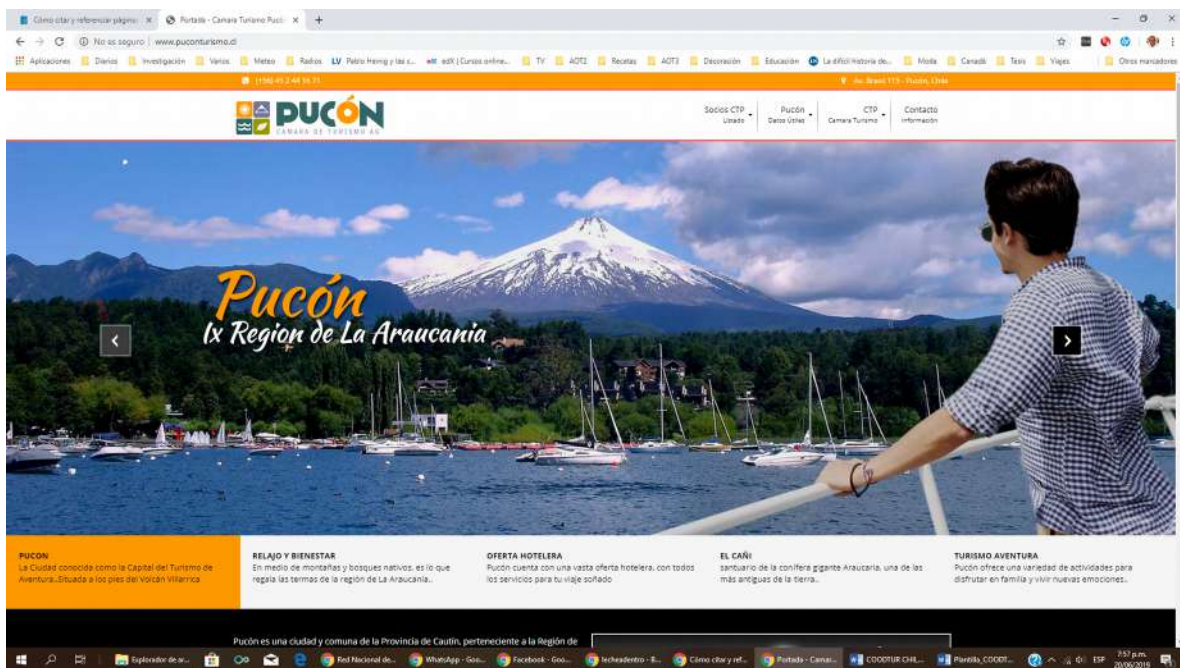


Figura 2. Sitio web oficial Cámara de Turismo de Pucón⁷



6 San Martín de los Andes Turismo. Municipalidad de San Martín de los Andes. Recuperado de <http://www.sanmartindelosandes.gov.ar/turismo> el 20/06/2019

7 Cámara de Turismo Pucón. Recuperado de <http://www.puconturismo.cl/> el 20/06/2019

Para finalizar, y considerando que la investigación está en curso, no pueden afirmarse resultados concluyentes, máxime teniendo en cuenta que a medida que se va profundizando en el contexto conceptual se deben ir introduciendo modificaciones en el derrotero original. Sin embargo, los obtenidos hasta el presente (resultados) –si bien preliminares- resultan de gran valía, ya que es significativo poder despejar el entramado de herramientas y tendencias, para llegar a la identificación de factores determinantes de la competitividad en el entorno digital, así como las fortalezas y debilidades que en dicho entorno se presentan, con el objetivo de facilitar el desarrollo de acciones que conduzcan a una mejor capacidad de competir a los destinos turísticos seleccionados, potenciando los mercados más atractivos. Ese es el propósito final del presente estudio.

5. BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

- Blaco, C. Content Manager en Inturea (Inbound Marketing y Comunicación Turística). E-book: 8 motivos para tener controlada la reputación online de tu empresa. Disponible en <http://marketing.inturea.com/8-motivos-buena-reputacion-online-empresa-turistica>.
- Bordas, E. (1993) "La competitividad de los destinos turísticos en mercados lejanos". 43º Congreso de la ATEST, Bariloche.
- Diaz, L. (2017) "Soy marca, quiero trabajar con influencers". Ed. Profits. Barcelona.
- Estudio CACE. Estudio Anual de Comercio Electrónico en Argentina, que realiza TNS para la Cámara Argentina de Comercio Electrónico. Disponible en www.cace.org.ar.
- Castro, Matías Nahuel. (2017). "Precios dinámicos": cómo las empresas dejan que la tecnología decida cuánto pagas. Infotechnology. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de <http://www.infotechnology.com/negocios/Precios-dinamicos-como-las-empresas-dejan-que-la-tecnologia-decida-cuanto-pagas-20170905-0003.html>.
- Chakravorti; Bhalla; Chaturvedi. (2017). 60 Countries' Digital Competitiveness, Indexed. Boston, EEUU. Harvard Business Review. Recuperado de <https://hbr.org/2017/07/60-countries-digital-competitiveness-indexed>.
- Laudon, K. C. (2012). "Management information system: managing the digital firm". Boston Prentice Hall.
- Mejias Llano, J. (2016) "Community Manager". Disponible en: <http://www.juancmejia.com/redes-sociales/community-manager-que-es-importancia-habilidades-necesarias-y-funciones-completa-guia-de-community-management/>. Última consulta: 15/09/2017.
- Mancini, M y Toros Scorians, C (2012). "Evaluación Económico-Financiera de Pequeños Proyectos en Hotelería". Ed Educo. Universidad Nacional del Comahue.
- Musso, P. (2014) "Territorios digitales y ciberespacio – Enfrentarse al doble mundo contemporáneo". Cuadernos de Comunicación e Innovación. Fundación Telefónica.
- Nogueras, J. (2014). "Sistemas de información y bases de datos en consumo". Ed IC.
- Porter, M. (1980) "Competitive strategy". Free Press, New York.
- Rininsland, A (2012). "Internet censorship listed: how does each country compare?". The Guardian.

- Ritchie, B. & Crouch, G. I. (2003) "The competitive destination: a sustainable tourism perspective". CABI Publishing, Wallingford.
- Tamagni, L. (2010) Ficha de Cátedra Marketing Turístico. Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue.
- World Economic Forum. (2017). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Ginebra, Suiza. Recuperado de <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>.

5.1. Bibliografía metodología cualitativa.

- Bourdieu, P. (2005) "La objetivación participante". En revista de apuntes de investigación del CECYP N° 10.
- Franklin, C. y Ballan, M (2005) "Reliability and validity in qualitative research". En R. M. Grinnell y Y.A. Unrau (Eds.). Social work: Research and evaluation. Quantitative and qualitative approaches (7ª. ed., pp. 438-449). Nueva York: Oxford University Press.
- Hernandez Sampieri, R et al. (2006) "Metodología de la investigación". México, Mc Graw Hill
- Maxwell, J. (1996) "Qualitative Research Design. An Interactive Approach". Londres, Sage.

Vasilachis de Gialdino, I. coord. (2006) "Estrategias de investigación cualitativa". Barcelona, Editorial Gedisa

LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y EL CAPITAL INTELECTUAL EN LA EMPRESA HOTELERA

Cdato. Maestría Jesús Manuel Cázares López¹
Dra. Ana María Larrañaga Núñez²

Resumen

La comunicación estratégica orienta la gestión de la empresa hotelera para que su capital intelectual, permita contribuir con ventajas competitivas en un contexto de posicionamiento en la actividad turística en un destino emergente caracterizado por un turismo de reuniones y negocios. El objetivo de esta ponencia es identificar la gestión de la comunicación estratégica y su relación con el capital intelectual en el Hotel Los Tres Ríos de Culiacán, Sinaloa, México. Es un estudio de caso con aplicación del enfoque mixto descriptivo que se basa en el cruce de entrevistas semiestructurada, encuestas, observación y análisis documental. Los hallazgos demuestran que en el hotel no existe un plan de comunicación integral, pero que en las prácticas organizacionales las reuniones de trabajo semanales con mandos medios y superiores y las de carácter intra e interdepartamental apoyan en la solución de problemáticas y a tomar decisiones en consenso; es significativo el aprovechamiento del capital humano y el relacional, no así el tecnológico. Entre las conclusiones, la comunicación estratégica en el nivel estratégico y logístico no son los adecuados al interior del hotel por lo que se inhibe en el conocimiento para generar mayores ventajas competitivas en el sector turístico.

Palabras clave: comunicación estratégica, capital intelectual, empresa hotelera, turismo.

Abstract

The strategic communication guides the management of the hotel company so that its intellectual capital allows to contribute with competitive advantages in a context of positioning in the tourist activity in an emerging destination characterized by a meeting and business tourism. The objective of this paper is to identify the management of strategic communication and its relationship with intellectual capital in the Hotel Los Tres Ríos of Culiacán, Sinaloa, Mexico. It is a case study with application of the mixed descriptive approach that is based on the intersection of semi-structured interviews, surveys, observation and documentary analysis. The findings show that the hotel does not have a communication plan, but that in the organizational practices the weekly work meetings with

¹ Universidad Autónoma de Occidente, Unidad Regional Culiacán, México. jesuscazaresl@hotmail.com

² Universidad Autónoma de Occidente, Unidad Regional Culiacán, México. amlarranaga2607@gmail.com

middle and top managers and those of intra and interdepartmental character support in the solution of problems and to make decisions in consensus; the use of human and relational capital is significant, but not the technological one. Among the conclusions, the strategic communication at the strategic and logistic level are not adequate within the hotel, which inhibits knowledge to generate greater competitive advantages in the tourism sector.

Key words: strategic communication, intellectual capital, hotel company, tourism.

1. INTRODUCCIÓN

Las organizaciones insertas en el sector turístico conviven en un ambiente complejo resultado de la globalización y la competitividad, ante ello se enfrentan al reto de cambiar el paradigma de la comunicación de uno centrado en la transmisión de información por el de transmisión del conocimiento dentro de las dimensiones interna y externa, así como para todas las direcciones y sentidos de la empresa (Félix, 2014). Es decir la comunicación estratégica (CE) es un recurso relevante en las organizaciones hoteleras, en virtud del flujo de conocimiento que se transmite y que se acumula en el capital intelectual (CI), por lo que identificar su gestión contribuye en los logros de los objetivos organizacionales y en las ventajas competitivas en la economía del conocimiento.

La comunicación es un elemento trascendental para la empresa, que impacta en el campo cultural y social. Daboin y Revilla (2014) señalan que por la complejidad y dinamismo del sistema social, las decisiones dentro de las organizaciones se fundan en tres variables principales como son el ser humano, la sociedad y la comunicación. En este sentido, la comunicación en la organización no se debe entender como un proceso lineal que controla las acciones, sino como un fluido que logra la interacción en los equipos humanos fragmentados y contribuye a unificar sus funciones además de utilizar la inteligencia en la organización (Ortiz, 2003).

Por lo tanto, el conocimiento en las organizaciones es un recurso significativo (Drucker, 2003 citado Rivero, De la Torre y Moreno, 2009) ya que “los tradicionales factores de producción –recursos naturales, trabajo y capital– aunque no han desaparecido si se han convertido en secundarios y pueden obtenerse, con mayor o menor dificultad, siempre que haya conocimiento”. (p. 158). En este sentido, Nevado y López (2002), señalan que el CI son los activos que no se reflejan en los estados contables tradicionales, mismos que generan valor y se relacionan con el capital humano y con otros estructurales el capital cultural y comunicacional. En consecuencia, se llama CI a la integración del conocimiento

de los individuos que participan en la producción de valor, distinguiéndose del capital financiero y de los activos tangibles, por lo que el CI resulta de la integración del capital humano, del capital estructural y del capital relacional (Hernández, 2016).

Desde la teoría, la CE se integra en la comunicación organizacional ya que esta comprende la comunicación interna y externa y por su uso se puede ver como fenómeno, disciplina y conjunto de técnicas y actividades, es decir estrategias o bien como un complemento de las tres (Montoya, 2018). La CE se concibe como una metodología “que busca comprender las condiciones externas imperantes, coordinar y aprovechar integralmente los recursos internos, diseñar políticas integrales y gestionar planes para desarrollar el conocimiento institucional, fortalecer la competitividad y consolidar la reputación”. (Méyer, 2009, p. 15). Con respecto a los actores Massoni (2008, p. 51), señala “Pensar el lugar, la situación, desde lo fluido implica pensar desde las interacciones, desde los acoplamientos dinámicos y evolutivos que esa realidad genera”

En otra perspectiva la CE integra cuatro niveles de acción Scheinsohn, (2011): el estratégico, el logístico, el táctico y el técnico. En el nivel estratégico se concentra la información de inteligencia que permite saber dónde se está y hacia dónde se va, es la aplicación de la fuerza potencial; el nivel logístico aproxima el conocimiento a la empresa y orienta la producción y mantenimiento de todos los recursos; el nivel tácticos son los medios utilizados para alcanzar los fines estratégicos, tales como publicidad, relaciones públicas, promoción, difusión periodística, literatura, papelería, heráldica corporativa, actos, auspicios, etc.; por último el nivel técnico que comprende las actividades operativas que se realizan en la aplicación de los medios tácticos. Este autor enfatiza que la CE es un facilitador de la gerencia ya que en ella de manera integral se encuentra la información de inteligencia, que lleva el conocimiento a la producción y mantenimiento de recursos y los medios para alcanzar los fines organizacionales, por lo que identificar y aplicarla en la gestión de los activos intangibles contribuye a mejorar los servicios y satisfacción de visitante que demandan del sector hotelero.

El CI como una integración de conocimientos se explica con teorías desde la gestión del conocimiento, el aprendizaje organizacional, los recursos y las capacidades y la dirección estratégica. De esta manera se han diseñado diferentes modelos para su medición y gestión en las organizaciones. En el sector hotelero se tienen estudios que han aplicado modelos para valorar el CI, observando que la comunicación tiene un rol importante en los resultados, Pulic, Kolakovic, Jelic (2009) señalan que se encuentra entre los inhibidores

del CI. Se tienen investigaciones con base en el cuadro de mando en hoteles de cuatro y cinco estrellas en Estambul que comprobó la relación del rendimiento y el CI (Saldamli, 2008); en Croacia el Programa de Aumento de la Eficiencia del Capital Intelectual Nacional (PIENIC, por sus siglas en inglés), que se aplicó a hoteles (Pulic et al. 2009). En Latinoamérica se aportan estudios como es el caso de Monagas (2012) que analiza los conceptos de gestión del conocimiento y CI, y la valoración de los modelos de medición del CI en empresas internacionales, así como su posible aplicación en empresas hoteleras cubanas. En los resultado se deciden utilizar los indicadores del modelo Skandia, concentrados en 4 grupos: cliente, recursos humanos, renovación y desarrollo y procesos.

La perspectiva que integra a la comunicación de manera transversal en el estudio del CI en empresas hoteleras, es el modelo THER (Tecnológico, Estructural, Humano y Relacional) desarrollado por un grupo de investigación teniendo como base que "... responde a un proceso de identificación, selección, estructuración y medición de activos intangibles hasta ahora no evaluados de forma estructurada en las empresas hoteleras..." (Gazzera, 2014, p. 82). La autora, hace hincapié que los activos intangibles deben ser gerenciados, no solo para mantener, sino especialmente para fortalecer la competitividad de la empresa. Otro estudio que reconoce la importancia del CI en sus dimensiones humana, estructural y relacional se esquematiza por Millán, Gómez y Vargas (2017), el cual toma en cuenta las características particulares de la industria hotelera y la función del CI en la prestación de sus servicios, así como la búsqueda de mayores niveles de competitividad, la propuesta es transitar del CI estático al dinámico.

En los estudios anteriores, la comunicación tiene un rol importante en la valoración del CI en la empresa hotelera como un intangible que atraviesa cada uno de los capitales dependiendo del modelo que se aplique. Esta investigación que relaciona la CE y el CI, es un estudio de caso del Hotel Los Tres Ríos, se realiza en un momento coyuntural por la competitividad de las empresas del sector en Culiacán, por ser un destino turísticos emergente (Larrañaga, 2017) y ante la constitución de otras formas de negocios de este giro como es *Airbnb*. El destino turístico de Culiacán, es el segundo en importancia en el estado y el motivo de viaje es el turismo de reuniones y negocios. Cuenta con 83 establecimientos de hospedaje que representa el 18% de la oferta del estado de Sinaloa, el 76.0% corresponde a hoteles, cuya ocupación hotelera con llegadas de turistas en 2016 fue de 547,560 (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2017).

Por lo anterior, esta ponencia tiene el objetivo de identificar la gestión de la comunicación estratégica y su relación con el capital intelectual en el Hotel Los Tres Ríos de Culiacán, Sinaloa, México a través de un estudio de caso.

2. METODOLOGÍA

El objetivo de la investigación llevó al diseño de un estudio de caso, en virtud de que el objeto se observa en su propio contexto el Hotel Los Tres Ríos, y se utilizaron diversas fuentes de evidencia con la finalidad de identificar el fenómeno observado de forma global y considerando su complejidad, los activos intangibles CE y CI. Esto llevó a la utilización del enfoque mixto ya que combina técnicas de investigación, con lenguajes y enfoques cuantitativo o cualitativo en un solo estudio, además el alcance es descriptivo. De la población colaboradora del hotel, la muestra contempló a los tomadores de decisiones y con responsabilidad en algún capital, de esta manera se consideró al gerente general, cinco gerentes operativos y dos jefes de departamento (que realizan actividades de gerencia, de acuerdo con información de la gerencia de capital humano del hotel).

Cabe destacar que al ser la CE un activo intangible transversal que se incorpora como comunicación o interacción en el modelo THER (Gazzera, 2014) que valora el CI, este modelo fue la orientación teórico metodológica. Por ello, se diseñó una guía de entrevista semiestructurada para identificar la CE como flujo de conocimiento, que contempló cuatro dimensiones a manera de pregunta abierta relativa a la contribución de la comunicación en la interacción del capital humano; del capital estructural; del capital relacional y del capital tecnológico, esta entrevista se realizó a la gerente general el 18 de noviembre de 2018; además se diseñó un cuestionario que se adaptó del de Campidoglio (2013) aplicado en hoteles de Mar de la Plata, con para identificar la contribución del CI en el cumplimiento de los objetivos y visión del hotel este contempló escalas con cuatro dimensiones que obedecen a los capitales, este instrumento se aplicó a cinco gerentes operativos y dos jefes de departamento durante el mes de julio de 2018. También se diseñó una guía de observación para identificar la contribución de la infraestructura e instalaciones, así como rutinas comunicativas visuales y verbales en el conocimiento de impacto en los capitales del CI. Por último se realizó un análisis documental con información del hotel, de estadísticas del INEGI, entre otros. Las interpretaciones de los hallazgos se hicieron con técnicas como el análisis del discurso para la entrevista y para

el cuestionario se utilizó el SPSS para el análisis descriptivo de frecuencias, por último se realizó una triangulación de resultados entre los instrumentos.

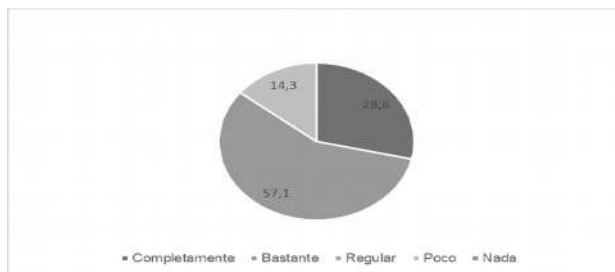
3. RESULTADOS

El hotel Los Tres Ríos, es una empresa familiar, con 53 años en el servicio de alojamiento de visitantes a la ciudad de Culiacán. La infraestructura se dividen en cabañas y haciendas con 85 habitaciones, además hay cinco salones que permiten atender al turismo que se desplaza por motivos de reuniones y negocios primordialmente. Es un establecimiento con un concepto campestre que se distingue por el cuidado de sus jardines que mantienen y supervisan personal experto en al área, al mantener una alianza con el patronato del Jardín botánico de la ciudad.

Los datos de llegadas en los tres últimos años son: en 2016, 9000; en 2017, 8960; en 2018, 9720, es decir, hay una variación del 8% de incremento entre 2016 y 2018. Si esto se compara con las llegadas de visitantes en Culiacán de 2015 a 2016 que tuvo una variación de 1.1% de incremento, se demuestra una tendencia positiva en el caso de las llegadas al hotel. En el aspecto organizacional para la realización del servicio del hotel colaboran 82 personas, ubicándose el 40.2% en la gerencia de alimentos y bebidas y con un 2.4% en la gerencia de capital humano. Además cuentan con una misión y visión que no está actualizada y de la que hay una contribución regular para el logro de objetivos, también se observó que no existe un plan de comunicación integral.

3.1 Análisis descriptivos de resultados

Figura 1. Capacidad de comunicación



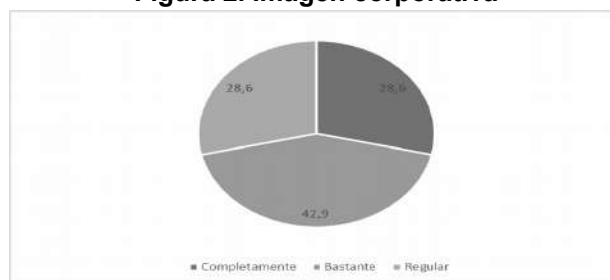
Fuente: elaboración propia, 2019.

Los informantes señalaron que la capacidad de comunicación, Figura 1, contribuye 57.1 % en el rango de bastante y 14.3% en el de poco con los objetivos y visión del hotel. Al respecto, al comparar la estrategia que desde la gerencia general utilizan se tiene una herramienta de comunicación para el efecto llamada buzón de quejas y sugerencias para los colaboradores que a la fecha no está visible en las instalaciones, sin embargo se interpreta que mediante las reuniones semanales que se realizan la comunicación y los conocimientos fluyen para cumplir con los objetivos de la organización.

Por otra parte el indicador de misión y visión de capital estructural contribuye con 42.9% en el rango regular con los objetivos de la organización; mientras que en el resto de rangos con el 14.3%. Al respecto, la gerente general hace mención que no se tienen actualizadas y que están encaminados a cambiarlas. Cabe señalar que estos elementos institucionales, no se difunden a través de algún medio a los colaboradores ni al público externo que recurren a las instalaciones, lo que se constató en las observaciones que se hicieron a las mismas lo que se relaciona con la falta de un plan de comunicación integral.

En relación con la comunicación abierta los informantes señalaron que 57.1% en el rango de bastante, contribuye con el cumplimiento de los objetivos y 14.2% señalan en el rango completo. Las reuniones de los equipos de trabajo operativos al inicio de las jornadas, las reuniones semanales de los colaboradores de mandos medios y superiores, la interacción en un alimento que se ofrece diariamente a los colaboradores, son ejemplos de cómo fluye el conocimiento y el acuerdo para el servicio que se ofrece en el hotel.

Figura 2. Imagen corporativa



Fuente: elaboración propia, 2019

Los informantes valoraron Figura 2 la imagen corporativa con 42.9% en el rango de bastante y 28.6% en los rangos de completamente y regular. Es decir hay una contribución de 71.5% a los objetivos institucionales y con ello en la fluidez de

conocimiento que se aprovecha, esto se desprende de las alianzas que el hotel mantiene con diferentes instituciones del sector público y del social, de la lealtad de los clientes y fidelidad de proveedores cuyos resultados son similares a los de imagen corporativa, esto último también se relaciona con los servicios de alimentos y bebidas que contribuye con la identidad a través del restaurante Camichín que se distingue por la atención personalizada del gerente a los comensales y los alimentos de tipo regional.

En cuanto al capital tecnológico, la valoración del sistema informático fue de 42.9% en los rangos de bastante y regular y 14.2% en el rango de poco. Esta información se relaciona con la que expresó la gerente general en el sentido de que se incorpora una nueva tecnología, para aprovechar de mejor forma la información.

Por otra parte, la valoración del CI y los capitales que lo integran en el modelo THER, el CI se valoró en 42.4% en el rango de bastante y 10.9% en completamente, es decir, 53.3% contribuye en el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Mientras que los capitales relacional y humano en su sumatoria de rangos completamente y bastante se valoraron en 67.6% y 67.5% respectivamente; el tecnológico y el estructural con 52.4% y 42.9% en el rango de regular.

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El hotel Los Tres Ríos de Culiacán, Sinaloa, México, mantiene una ventaja competitiva medianamente significativa con base en la relación de los activos intangibles la CE que fluye con el conocimiento y que impacta en el CI valorado 53.3%, de esta manera hay un potencial de CI (Pulic, Kolakovic, Jelic, 2009), por lo que los responsables de las estrategias de la organización deben entender que la CE es un proceso que unifica las funciones al utilizar la inteligencia en la organización (Ortiz, 2003).

La CE en la organización hotelera con base en los cuatro niveles de Scheinsohn, (2011) el estratégico y logístico no son los adecuados lo que se demuestra a su interior en la contribución al conocimiento del hotel, el no comunicar y no contar con la actualización de los elementos institucionales misión y visión, es decir parte de la inteligencia de la organización. Se observa que este faltantes se resuelven con otras rutinas, las reuniones de inicio de la jornada laboral de los grupos operativos y las reuniones semanales de los mandos medios y superiores para conocer la situación del hotel y tomar decisiones.

En el modelo THER (Gazzera, 2014) para valorar el CI en hoteles, la CE transversaliza cada uno de los capitales que lo integran ya sea a través de la comunicación como capacidad y apertura, la interacción en la relación de colaboradores, en la relación con proveedores, visitantes, instituciones públicas o de la sociedad civil y en los sistemas de información a través del capital tecnológico que permiten el flujo de conocimiento para cumplir con objetivos y crear ventajas competitivas en el sector turístico.

Bibliografía

- Daboin, M. B. Revilla, R. (2014). Comunicación: Valor estratégico para la gerencia. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 9(3), pp. 53- 67
[http://www.spentamexico.org/v9-n3/A4.9\(3\)53-67.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A4.9(3)53-67.pdf)
- Campidoglio, C.V. (2014). *El capital intelectual en el Mar de la Plata*. Tesina Repositorio del Ministerio de Turismo de la Nación, Repotur.
<http://repo.turismo.gov.ar/handle/123456789/8568>
- Félix, A. (2014). La comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías. Una visión histórica. *Historia y Comunicación Social* 19 (Esp.), pp. 195- 210. Disponible en http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45021
- Gazzera, M.A. (2014). Los recursos humanos en la gerencia del conocimiento. Sector Hotelero, Patagonia, Argentina- *Revista Electrónica CECIET-*
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2017). *Anuario estadístico y geográfico del estado de Sinaloa*. Gobierno del estado de Sinaloa-INEGI.
- Larrañaga, A.M. (2017). *Integración en el turismo para una cultura de innovación*. México: Jp Editores.
- Massoni, S. (2008). Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido. *Fisec estrategias*, IV(10), pp. 45-56. Disponible en http://www.cienciaried.com.ar/ra/usr/9/254/fisec_estrategias_n10_pp45_56.pdf
- Meyer, J.A. (2009). Introducción. Coord. José A. Meyer . *Comunicación estratégica: nuevos horizontes de estudio*, pp. 13-18. México: Fundación Manuel Buendía, A.C.

- Millán, C.H., Gómez, M. y Vargas, E.E. (2017). Gestión del capital intelectual (CI) dinámico en la hotelería, una reflexión teórica. *Teoría y Praxis*. 22. pp. 85-112. DOI: 10.22403/UQROOMX/TYP22/04
- Montoya, M.J. (2018). Comunicación organizacional: revisión de su concepto y prácticas de algunos autores mexicanos. *Razón y palabra*. 22(1_100), pp. 778-795. <http://revistas.comunicacionudlh.edu.ec/index.php/ryp>
- Monagas, M. (2012). El capital intelectual y la gestión del conocimiento. *Revista I-I Ingeniería industrial XXXIII* (2), p.142-150, disponible en http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362012000200006
- Nevado, D. y López, V.R. (2002). *El capital intelectual: Valoración y medición. Modelos, informes, desarrollos y aplicaciones*. Madrid: Ed. Prentice-Hall.
- Ortiz, Sergio R. (2003) *Visión y gestión empresarial*, Madrid. España: Editorial: Paraninfo Cengage Learning,
- Pulic, A., Kolakovic, M. y Jelcic, K. (2009). Efficiency of intellectual capital in hotel business. *Tourism and Hospitality Management*, 15(1), pp. 129-138. Disponible en <https://hrcak.srce.hr/file/266785>
- Rivero, M.J., De la Torre, T.L. y Moreno, R.C. (2009) Comunicación organizacional en la creación de conocimiento, Coord. J.A Meyer Rodríguez, en *Comunicación estratégica nuevos horizontes de estudio*, pp. 156-164. México: Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla y Fundación Manuel Buendía.
- Saldamli, A. (2008). Intellectual capital in metropolitan hotels. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1) pp. 351-358. Disponible en <https://core.ac.uk/download/pdf/53032070.pdf>
- Sánchez, M. (2012). El capital intelectual y su relación con diferentes gestiones: estudio teórico-conceptual. *Ciencias de la Información*, 43 (3), pp. 3-13. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181424691001>
- Scheinsohn, D. (2011). *Comunicaciones estratégicas*. Buenos Aires: Granica.

RUTA DEL CAFÉ PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE LOJA

Dr. Christian Viñán-Merecí¹

Dra. Estefanía Sánchez-Cevallos²
Mgtr. Natalia Bustamante-Sánchez³

Resumen

La presente propuesta de investigación se centra en el análisis y puesta en valor de fincas cafetaleras de la provincia de Loja, como base principal para el diseño de la ruta del café con el fin de aportar al desarrollo turístico de la provincia de Loja. El estudio se desarrolló en 22 fincas que fueron designadas por el Departamento de Turismo de la Prefectura de Loja, sobre las cuales se desarrolló un análisis cualitativo, basados en seis ámbitos: especificaciones generales, ámbito social-económico, ámbito productivo, ámbito medio ambiental, ámbito turístico y ámbito político-administrativo. Para complementar y fortalecer la investigación también se realizó un análisis cuantitativo, considerando variables e indicadores que permiten determinar el potencial actual de las fincas, la metodología se forma a través de la revisión bibliográfica y la puesta en valor de una finca agro turística modelo de la región 7. Los resultados permitieron valorizarlas en el campo turístico, presentando las características y condiciones básicas de las fincas que son indicadores claves de la evaluación, permitiendo establecer planes de mejora para el desarrollo de la actividad turística, además de ser la base para el diseño de la prueba piloto de la ruta del café.

Palabras clave: Turismo rural; Agroturismo; ruta del café; indicadores.

Abstract

This research proposal focuses on the analysis and enhancement of coffee farms in the province of Loja, as the main basis for the design of the coffee route in order to contribute to the tourism development of the province of Loja. The study was carried out in 22 farms

1 Departamento de Ciencias Empresariales, Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador. csvinan@utpl.edu.ec

2 Departamento de Ciencias Empresariales, Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador. resanchez@utpl.edu.ec

3 Departamento de Ciencias Empresariales, Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador. nsbustamante@utpl.edu.ec

that were designated by the Department of Tourism of the Prefecture of Loja, on which a qualitative analysis was developed, based on six areas: general specifications, social-economic ambit, productive ambit, environmental ambit, tourism and political-administrative ambit. To complement and strengthen the research, a quantitative analysis was also carried out, considering variables and indicators that allow us to determine the current potential of the farms, the methodology is formed through the bibliographic review and the enhancement of an agro-tourism farm model of the region 7. The results allowed them to be valued in the tourist field, presenting the characteristics and basic conditions of the farms that are key indicators of the evaluation, allowing to establish improvement plans for the development of the tourist activity, in addition to being the basis for the design of the pilot test of the coffee route.

Keywords: Roral tourism; Agroturism; coffee route; indicators.

1. INTRODUCCIÓN

Con el pasar de los años el sector del turismo ha ido evolucionando constantemente, esta dinámica que ha presentado este sector de la economía, se debe a los perfiles actuales de los visitantes, es decir, los viajeros quieren experimentar nuevas sensaciones, generando que en varios destinos se oferten una amplia variedad de actividades turísticas. En la actualidad el turismo se ha constituido como el tercer rubro de ingresos no petroleros en Ecuador, el gobierno busca consolidar destinos sostenibles, como factor clave para la dinamización del desarrollo y crecimiento económico del país. El turismo rural concebido de una forma sostenible es una modalidad que permite satisfacer las necesidades y exigencias de turistas nacionales y extranjeros, ya que involucra a dos variables fundamentales en turismo como son, la comunidad y el medio ambiente.

La falta de actividades de turismo en la provincia de Loja y de una identidad cultural turística ha generado que, desde varios sectores se proponga la ruta del café de la provincia de Loja. Para esta propuesta la Universidad Técnica particular de Loja a través de varios docentes del Observatorio de Turismo, del Grupo de Investigación y con el apoyo de tesis, se realizó la investigación sobre el análisis y puesta en valor de fincas cafetaleras para el diseño de productos turísticos en la provincia de Loja; investigación que permitió valorizar las fincas cafetaleras para ofrecer un desarrollo mediante la actividad turística, aprovechando los recursos del agro no solo desde un enfoque de producción, sino también desde una perspectiva turística, que además involucre a los atractivos naturales y culturales que pueden existir en la zona de investigación.

2. OBJETIVOS

La presente investigación, se basó en generar una metodología que permita determinar a través de indicadores, el potencial turístico de fincas dedicadas a la producción de café en la provincia de Loja.

3. METODOLOGÍA

La actividad cafetalera mantiene una relevante importancia en el ámbito económico, social y ecológico del país, puesto que aporta en las divisas del Ecuador, además de generar ingresos para las familias productoras de café como para otros actores de la cadena productiva. Ecuador, debido a la ubicación geográfica produce algunas variedades de café, entre las que se destacan, arábigo y robusta, producción que es muy apetecida en el mercado nacional e internacional, debido a sus características organolépticas. De acuerdo con Cumbicus y Jiménez (2012) en el que señalan que existen algunas provincias de nuestro país que dedican parte de su actividad agrícola a la producción de café arábigo, esto se ha consolidado por los pisos climáticos que poseen las provincias de Manabí, Loja y las estribaciones de la cordillera de los Andes, mientras que el lugar con mejor calidad para la producción de café tipo robusta se concentra en la Amazonia, especialmente en las provincias de Sucumbíos y Orellana.

Debido a que la producción de café ha sido poco valorizada, se ve la necesidad de trabajar en la construcción de una metodología que permita determinar el potencial turístico de las fincas cafetaleras. Es importante recalcar que desde las instancias gubernamentales se carece de una metodología que facilite la determinación del potencial turístico de emprendimientos referentes al agroturismo, por consiguiente, la academia observando esta deficiencia se planteó desarrollar una propuesta metodológica que cumpla con la característica antes mencionadas. Es decir, proponer una metodología para valorar el potencial turístico de cualquier propiedad del sector urbano y rural que desee arriesgar por el turismo desde una visión sostenible. La metodología propuesta está conformada por una base teórica conceptual lo suficientemente sólida que permite analizar, describir, justificar y validar, desde una visión moderna y encasillada en requerimientos técnicos actuales, con el fin de determinar el potencial turístico de la entidad objeto de estudio. La presente metodología adopta criterios de evaluación para futuros emprendimientos agro turísticos sostenibles, que facilita a técnicos, instituciones

públicas o privadas, determinar su potencial turístico, y establecer servicios y actividades turísticas que puedan generarse a través del agro, desarrollando destinos sostenibles.

En consecuencia, la metodología desarrollada se sistematiza fundamentada en el análisis de seis ámbitos o aspectos que son los que se muestran en la gráfica 1.

Gráfica 1: Proceso metodológico para la valoración de fincas agro turísticas



Fuente: (Cuenca. J, Patiño, G, Acaro. B, Viñán. C. 2018)

Elaboración: Los Autores

Como se puede observar en la gráfica 1, la metodología responde a seis grandes grupos de variables, aspectos que se les asignado valores ponderados cuya sumatoria llega al cien por ciento (100%), a condición de que, mientras mayor ponderación total sume mejor potencialidad turística se evidencia en la zona de estudio. Para mejor comprensión se presenta la siguiente tabla.

Tabla 1: Matriz de evaluación

Aspectos	Peso	Indicadores	Sub- indicadores	Sub-indicadores menores	Variable
Ámbitos generales	15%	3	6	16	Ubicación
					Servicios básicos
					Características físicas
Ámbito social-económico	10%	4	6	13	Sector de ubicación
					Empleo generado
					Ingresos generados
Ámbito productivo	10%	10	35	48	Afiliación
					Reconocimientos
					Diversificación de venta
					Calidad de productividad
					Superficie, producción.
					Preparación del terreno
					Tipo de cultivo
					Manejo de cultivo
					Diversificación de sistemas de producción.
					Proceso post producción.
Calidad del proceso					
Ámbito medio ambiental	20%	3	15	4	Aspectos generales: Clima, fertilidad, manejo de aguas residuales
					Reciclaje de materia prima
					Contaminación
Ámbito turístico	40%	4	16	34	Servicios turísticos
					Recreación y ocio
					Características potenciales
					Transporte / vialidad
Ámbito político-legal	5%	7	0	0	Normas de Producción
					Registros Sanitarios (ARCSA)
					Requisito para funcionamiento de Alojamiento
					Normas de higiene y salubridad
					Normas de Manipulación de Alimentos
					Afiliación a Algún Seguro
TOTAL	100%	31	78	115	

Fuente: (Cuenca. J, Patiño, G, Acaro. B, Viñán. C. 2018)
Elaboración: Los Autores

La tabla 1 que se presenta, es fundamental para comprender el proceso de valoración del potencial turístico, que abarca desde los recursos y atracciones principales para terminar en los temas de índole legal. En resumidas cuentas, a los aspectos generales se adjudica un peso del 15% del total de la caracterización. Las variables que componen dicho indicador, permitirán determinar la localización, calidad de los servicios que posee la unidad de investigación, así como la conservación del inmueble. Por otro lado, están los aspectos socio económicos, que se adjudica un peso del 10%. Las variables que lo componen determinan la actividad actual que mantiene el sector de ubicación del inmueble, el empleo e ingresos que este genere al sector aledaño y a los demás actores de la cadena de producción de la finca, además de las asociaciones a las que se encuentre afiliado. Seguimos, con los aspectos productivos que se adjudica un peso del 10%, las variables que lo componen permiten determinar el manejo del terreno, así como, de la producción, antes, durante y después del proceso. Por otra parte, están los aspectos ambientales que se adjudica un peso del 20%, las variables que lo componen permiten determinar la contaminación existente en el inmueble, así como, en su entorno, además, se puede observar las prácticas de manejo de aguas residuales y de materia orgánica. Ciertamente, en la propuesta de ponderación, se ha considerado que el ámbito turístico, es uno de los grandes grupos de variables importantes, la cual ha sido valorada con el 40%, por cuanto valora indicadores que permitirá conocer características importantes de la dinámica comercial, transporte, recreación y atractivos existentes. Finalmente, el ámbito político-legal se adjudica un peso del 5%, analizando variables que determinan el cumplimiento con normas productivas, de alojamiento, manipulación de alimentos, seguro médico y aspectos tributarios.

Como se puede evidenciar, la metodología abarca un análisis integral de tres aspectos que son necesarios para un desarrollo turístico sostenible, como son: social, ambiental y económico.

4. RESULTADOS

En la provincia de Loja, se valoraron 22 fincas usando la metodología descrita anteriormente. El levantamiento se desarrolló en tres momentos, durante el año 2017.

En el primer levantamiento se analizaron 9 casos (fincas), aplicando la metodología se generaron los indicadores para cada finca, dando como resultados lo que se muestra en la tabla que sigue.

Tabla 2: Primer levantamiento, 9 casos analizados

Aspectos	Peso	Caso 1:	Caso 2:	Caso 3:	Caso 4:	Caso 5:	Caso 6:	Caso 7:	Caso 8:	Caso 9:
Especificaciones Generales	15%	5%	8%	9%	9%	7%	10%	10%	9%	8%
Ámbito Social-Económico	10%	3%	6%	7%	7%	6%	0%	6%	3%	0%
Ámbito de Producción	10%	1%	6%	6%	7%	6%	4%	5%	7%	2%
Ámbito Medio Ambiental	20%	16%	17%	16%	17%	17%	18%	12%	18%	17%
Ámbito Turístico	40%	7%	9%	9%	16%	7%	30%	10%	11%	9%
Ámbito Político-Legal	5%	2%	3%	3%	4%	3%	4%	3%	3%	3%
TOTAL	100%	34%	49%	50%	60%	46%	66%	46%	51%	38%

Fuente: (Cuenca. J, Patiño, G, Acaro. B, Viñán. C. 2018)

Elaboración: Los Autores

Para el segundo levantamiento, se analizaron 8 casos levantando de igual forma los indicadores para los seis aspectos definidos. Los resultados se presentan en la tabla que sigue.

Tabla 3: Segundo levantamiento, 8 casos analizados

Aspectos	Peso	Caso 1:	Caso 2:	Caso 3:	Caso 4:	Caso 5:	Caso 6:	Caso 7:	Caso 8:
Especificaciones Generales	15%	9%	6%	10%	9%	10%	9%	8%	10%
Ámbito Social-Económico	10%	5%	4%	6%	3%	6%	7%	6%	1%
Ámbito de Producción	10%	7%	5%	6%	6%	8%	6%	4%	4%

Ámbito Medio Ambiental	20%	14%	14%	8%	17%	18%	17%	18%	17%
Ámbito Turístico	40%	8%	11%	20%	11%	23%	10%	7%	11%
Ámbito Político-Legal	5%	3%	2%	4%	3%	3%	3%	2%	1%
TOTAL	100%	45%	42%	54%	49%	68%	52%	45%	44%

Fuente: (Cuenca. J, Patiño, G, Acaro. B, Viñán. C. 2018)

Elaboración: Los Autores

Para el levantamiento final, se analizaron 5 casos y los resultados se presentan en la tabla que sigue:

Tabla 4: Tercer levantamiento, 5 casos analizados

Aspectos	Peso	Caso 1:	Caso 2:	Caso 3:	Caso 4:	Caso 5:
Especificaciones Generales	15%	9%	5%	7%	7%	7%
Ámbito Social-Económico	10%	6%	8%	7%	2%	1%
Ámbito de Producción	10%	5%	8%	7%	6%	4%
Ámbito Medio Ambiental	20%	1%	17%	17%	17%	18%
Ámbito Turístico	40%	6%	8%	23%	6%	7%
Ámbito Político-Legal	5%	3%	3%	3%	2%	2%
TOTAL	100%	30%	49%	64%	40%	39%

Fuente: (Cuenca. J, Patiño, G, Acaro. B, Viñán. C. 2018)

Elaboración: Los Autores

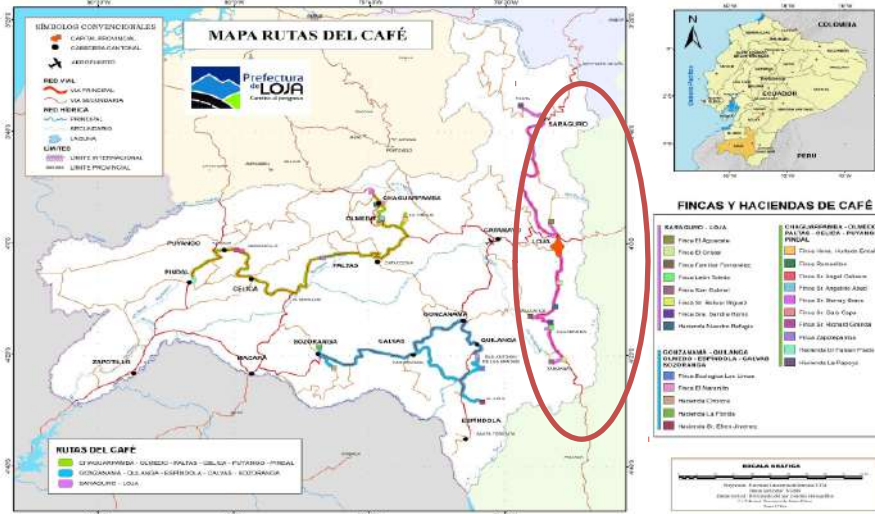
En las tablas 2, 3 y 4, se pueden ver los resultados de las 22 fincas analizadas. En el ámbito de especificaciones generales, se puede observar que los puntajes fluctúan entre

el 5% y el 10%, teniendo en consideración que son tres variables que están inmersas en este ámbito y que se basan en la ubicación y los servicios. Para el caso del ámbito social – económico, se denotan valores más bajos incluso llegan al 0%, teniendo el mismo número de variables que el anterior aspecto analizado. Esto debido a que algunas de las fincas evaluadas se encuentran en sectores rurales y existen escasas fuentes de empleo e ingresos. El ámbito productivo, al ser un poco más abarcativo ya que consta de once variables, presenta valores que fluctúan entre 1% y 8%; en este ámbito también se consideran aspectos de afiliación a asociaciones productivas, lo que en Ecuador hace que se tengan más beneficios sobre la producción de las fincas. En el ámbito medio ambiental se consideran tres variables, alcanzando las fincas analizadas porcentajes de hasta el 18%, esto debido a la ubicación de las fincas en zonas rurales, aprovechando el hecho de que estas zonas poseen mejores condiciones ambientales. Como se mencionó en la metodología, el ámbito turístico tiene el mayor peso de la evaluación, en este caso las fincas evaluadas obtuvieron calificaciones entre el 6% y el 30%, es decir que son variadas las condiciones que presentan para el desarrollo del turismo. El ámbito que alcanzó menores puntajes fue el político administrativo, esto debido a que la mayor parte de la producción de las fincas no cumplen con las normativas vigentes para el caso de registro de productos y más temas afines.

Finalmente, vale la pena resaltar cuál fue el caso mejor valorado y el peor valorado de todo el estudio, el caso 1 del primer levantamiento fue el peor valorado con una calificación del 34% sobre el 100% total (Ver tabla 2). El caso mejor valorado, fue el caso 5 del segundo levantamiento, obteniendo un 68% sobre el 100% del total (Ver tabla 3). Así mismo, para los 22 casos se recomendó elaborar un plan de mejoras que ayude a que las fincas puedan mejorar su evaluación a través del cumplimiento de los indicadores y las variables. A la fecha, una finca ha puesto en marcha el plan de mejoras, logrando resarcir la evaluación inicial y se ha tomado a este caso como un caso de éxito en la zona, ya que esta finca se encuentra operando con grupos de turistas. Este caso es el número 8 (Ver Tabla 2), y el nombre de la finca es “Hacienda San Gabriel”.

Algo importante de destacar es que, gracias a los resultados obtenidos del estudio, el departamento de Turismo del Gobierno Provincial de Loja, elaboró las rutas del café que se plasman en el mapa que se presenta a continuación, en donde constan las 22 fincas valoradas mediante la metodología del presente estudio.

Gráfica 2: Mapa Rutas del Café



Fuente: Prefectura de Loja (2019)

Cabe señalar que la valoración también permitió la propuesta de la ruta piloto del café que comprende el corredor sur oriental y que está conformado por las fincas:

- Finca “EL Aguacate” (Caso 1)
- Finca “Familiar Fernández” (Caso 4)
- Finca “San Gabriel” (Caso 8)

Todos estos casos, pertenecen al primer levantamiento (Ver Tabla 2). Y se puede observar la ruta remarcada en el mapa. Además, en el año 2018 el Ministerio de Turismo del Ecuador, a través de la Coordinación Zonal 7, solicitó una nueva evaluación de esta ruta piloto, lo que permitió validar el modelo propuesto en la metodología de este estudio, puesto que las fincas inmersas en esta ruta, siguieron las recomendaciones sugeridas en la evaluación del 2017, lo que permitió mejorar la valoración de los indicadores.

5. CONCLUSIONES

La metodología propuesta establece diferentes componentes a evaluar como un proceso; considerando un grupo de variables que se observan mediante índices o indicadores, propuestos en base a un análisis realizado por los autores, en el que se tomaron en

cuenta aspectos relacionados a diversos ámbitos; de igual forma se consideró como referencia la base conceptual y una finca agro turística que ya se encuentra operando.

La aplicación de la metodología propuesta, permitió identificar, mediante las tablas de valoración, que los criterios establecidos, facilitan la determinación del potencial turístico de emprendimientos agro turísticos de la zona rural, para identificar futuros proyectos.

La académica y las entidades gubernamentales, podrán contar con una metodología que sirva de guía para evaluar emprendimientos agro turísticos, que permita tomar decisiones acertadas en cuanto a mejoras, y oportunidades de desarrollo de proyectos turísticos que pudieran originarse, encaminadas al desarrollo de productos y por ende a la mejora del destino, que es una limitante actual en las zonas rurales del Ecuador.

La metodología propuesta está sujeta a cambios dependiendo del emprendimiento a evaluar, así como del lugar en donde se encuentra ubicado, puede adaptarse según sean las necesidades y condiciones de los casos a evaluar.

Los resultados obtenidos en esta importante investigación, permitieron el lanzamiento oficial de la ruta piloto del café, la misma que se desarrolló en septiembre de 2018, con la presencia de los productores de las fincas analizadas y autoridades locales.

Los gobiernos locales de otras zonas rurales, han solicitado a la Universidad Técnica Particular de Loja que, a través del Grupo de Investigación en Observación Turística, se replique esta experiencia.

6. BIBLIOGRAFÍA

Acaro, B. (2016). Análisis y puesta en valor de las fincas cafetaleras para el diseño de productos turísticos en el norte de la provincia de Loja, UTPL, Loja, Ecuador.

Acaro, B, Cuenca, J, Patiño, G, y Viñán. C. (2018). Metodología para la determinación del potencial turístico de emprendimientos agroturísticos, UTPL, Loja, Ecuador

Cuenca, J. (2016). Análisis y puesta en valor de fincas cafetaleras para el diseño de productos turísticos en el sur de la provincia de Loja, UTPL, Loja, Ecuador.

Cumbicus, E., & Jiménez, R. (2012). Análisis sectorial del café en la Zona 7 del Ecuador, UTPL, Loja, Ecuador.

Patiño, G. (2016). Análisis y puesta en valor de las fincas cafetaleras para el diseño de productos turísticos en el cantón Loja de la provincia de Loja, UTPL, Loja, Ecuador.

RIQUEZA ARQUEOLÓGICA DEL ESTADO DE NAYARIT, MÉXICO: ¿UN LEGADO POR APROVECHAR COMO TURISMO ALTERNATIVO?

Dr. Antonio Romualdo Márquez González¹
Dr. Héctor Ramón Ramírez Partida²
Dr. Rodrigo Espinoza Sánchez³

Resumen

El dinamismo de la actividad turística continúa creciendo y al parecer no tiene límites para ello. En este mundo global los aspectos locales si bien son importantes, para países como el nuestro, existen posiciones en extremo contrastantes, en donde se habla abiertamente de prosperidad dentro de comunidades o regiones con numerosas precariedades añejas. El caso nayarita es un fenómeno que no se ha abordado íntegramente, no obstante que desde la década de los años setenta se ha promovido el desarrollo de la actividad turística principalmente en su costa del Pacífico mexicano. Dicho proceso transformador ha impactado negativamente a los espacios naturales y con ello los propios sociales, continúan los eventos en donde primeramente son considerados los aspectos económicos y políticos y, en segundo término, los ambientales y culturales. Se conoce parcialmente de aquellos espacios costeros y considerados como rurales incluirlos en los procesos de desarrollo, principalmente económico y el turismo es el factor potencial. El espacio de análisis son los cinco municipios costeros nayaritas, en donde se han encontrado espacios con vestigios arqueológicos y escasos estudios con el componente turístico, con un total de 469 sitios, mientras que toda la entidad cuenta con un inventario de 842 sitios arqueológicos registrados, ello representa el 55.7%.

¹ Unidad Académica de Economía. Universidad Autónoma de Nayarit. Ciudad de la Cultura s/n. Colonia Centro. C.P. 63000. Tepic, Nayarit, México. amargon60@gmail.com antonio.marquez@uan.edu.mx

² Unidad Académica de Economía de la Universidad Autónoma de Nayarit. Ciudad de la Cultura s/n. Colonia Centro. C.P. 63000. Tepic, Nayarit, México. hector_2093@hotmail.com

³ Centro Universitario de la Costa, Puerto Vallarta de la Universidad de Guadalajara. Av. Universidad 203, C.P. 48280. Delegación Ixtapa, Puerto Vallarta, Jalisco, México. rodrigoe@cuc.udg.mx

Palabras clave: Turismo alternativo, sitios arqueológicos, estado de Nayarit, México.

Abstract

The dynamism of tourism continues to grow and apparently has no limits for this purpose. In this global world, the local aspects while they are important, for countries like ours, there are extremely contrasting positions, where spoken openly of prosperity within communities or regions with numerous adjoining precariousness. Nayarit is a phenomenon that is it has not addressed fully, however that since the 1970s has promoted the development of tourist activity mainly in the Mexican Pacific coast. This transformative process has adversely impacted the natural spaces and thus their own social, continues the events where are first considered aspects economic and political and, secondly, the environmental and cultural. Known partially of those considered to be rural and coastal spaces included in the processes of development, primarily economic and tourism is the potential factor. The space of analysis are five coastal municipalities, where spaces have been found with archaeological remains and few studies with the tourism, with a total of 469 sites component, while all the entity has an inventory of 842 archaeological sites registered, this represents the 55.7%.

Keywords: Alternative tourism, archaeological sites, Nayarit of State, Mexico

INTRODUCCIÓN

El dinamismo de la actividad turística continúa creciendo y al parecer no tiene límites para ello. En este mundo global los aspectos locales si bien son importantes, para países como el nuestro, existen posiciones en extremo contrastantes, en donde se habla abiertamente de prosperidad dentro de comunidades o regiones con numerosas precariedades añejas. El caso nayarita es un fenómeno que no se ha abordado íntegramente, no obstante que desde la década de los años setenta del siglo pasado se ha promovido el desarrollo de la actividad turística principalmente en dos municipios costeros del Pacífico mexicano, Compostela y Bahía de Banderas. Dicho proceso transformador ha impactado negativamente a los espacios naturales y con ello los sociales, al día de hoy, continúan los eventos en donde primeramente son considerados los aspectos económicos y políticos y, en segundo término, los ambientales y culturales.

Las últimas cuatro administraciones estatales han hecho una promoción sin paralelo de los espacios colindantes a la línea de costa para la atracción de capitales locales y foráneos, sin tomar en consideración los daños potenciales que este proceso lleva consigo. Se conoce parcialmente de todos aquellos espacios costeros y considerados como rurales, que por presiones políticas quieren incluirlas en los diferentes procesos de desarrollo, principalmente económico y el turismo es el factor potencial. El espacio de análisis lo constituyen los cinco municipios costeros del estado de Nayarit, en dónde se han encontrado numerosos sitios con vestigios arqueológicos y escasos estudios con el componente turístico. El nombre de Nayarit proviene del náhuatl (hijo de dios que está en el cielo y en el sol). La Figura 1 muestra la localización de la zona en estudio.

Figura 1: Nayarit: Macrolocalización de la zona de estudio



Fuente: Elaboración propia

Se han hecho señalamientos al conocimiento de la riqueza arqueológica para esta entidad federativa. Valdría poner en contexto o consideración el concepto de turismo alternativo, ya que son muchos los acercamientos y percepciones que se tiene de dicha conjetura en años recientes por todo el mundo y, hoy día continúan. Desde nuestro muy particular punto de vista, se define de acuerdo a tiempos, espacios, condiciones políticas locales y globales, oportunidades económicas, idiosincrasias, vivencias, entre otros. Entrar en esta discusión abriría la oportunidad para el inicio de nuevos trabajos al respecto.

Para la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo sostenible lo define como: El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los

visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. Las directrices para el desarrollo, prácticas y gestión del desarrollo sostenible del turismo se aplican para todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. (<http://www2.unwto.org/es/content/definicion>). Entonces bajo esta premisa, el planteamiento del turismo arqueológico entraría a formar parte de dicha definición conceptual en su concepción más amplia.

La OMT deja plasmado en referencia a la amplia definición de turismo sostenible, a respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos además de sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural. La gran mayoría de los vestigios arqueológicos se encuentran en espacios rurales, como es el caso de México, y en donde las carencias notoriamente en infraestructura y otras del tipo socioeconómicas parcialmente han sido atendidas, lo que no ha contribuido a la reducción de la pobreza y a los altos niveles de marginación, además de su inclusión al llamado tren del desarrollo. Considerando la importancia que representa la consecución de la promoción de la actividad turística a nivel global, la misma OMT propone toda una serie de metas hacia el año 2030 con el involucramiento de comunidades, academia, prestadores de servicios, turistas, gobiernos locales y nacionales, entre otros (UNWTO-UNDP, 2017).

La Conferencia Mundial de Turismo Sostenible (1995), refería que el desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales. El desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar el capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas, por lo tanto, una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende. Así, en la Agenda 21 para México, señala que el desarrollo regional es aprovechar de manera sustentable el potencial de los recursos culturales y naturales y su capacidad para transformarse en oferta turística productiva, creando servicios y destinos competitivos, dando opciones de desarrollo y bienestar para los individuos de las comunidades receptoras urbanas, rurales y costeras, así como para empresas sociales y privadas. El Gobierno de México por conducto de la Secretaría de

Turismo (2015), estableció una regionalización para las Zonas Arqueológicas (Centro, Golfo, Norte, Pacífico y Sur), ello para una mejor administración de las mismas, que en número cuentan más 2,000 sitios.

De lo anterior, queda definida una zona arqueológica, como un lugar en el cual se ha preservado evidencia de actividades que han sucedido en el pasado, ya sean prehistóricas, históricas o casi contemporáneas, y que han sido investigadas utilizando la disciplina de la arqueología, significando que el sitio representa parte del registro arqueológico. A lo largo del territorio se asentaron pueblos milenarios cuyas creencias tenían profunda relación con el cosmos y la vida terrenal. Las zonas arqueológicas de México pueden dar evidencia mucho más clara de las diferentes épocas que los pueblos precolombinos vivieron antes de la incursión española. En dichos sitios el visitante encontrará principalmente arquitectura y a veces pinturas, relieves y tallados (Gobierno de la República, 2019).

En nota periodística del año de 2011, señalaba que el patrimonio histórico y cultural del país se encuentra en riesgo. Los sitios arqueológicos padecen urbanización descontrolada, inseguridad en la tenencia de la tierra, transformación en centros de espectáculos y deterioro. Política mercantilista de los gobiernos estatales y del federal pone en vilo la herencia cultural de la nación. Refería también, que en el país no se conoce a plenitud cuántos sitios arqueológicos existen, ya que para ese año el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) registraba 43,855 sitios arqueológicos, pero el número crece conforme avanzan los métodos para reconocer monumentos, además en custodia del Instituto, únicamente 181 se encuentran abiertos al público, lo que representa menos del 1% (Contralínea.com.mx., 2011), ya para el año de 2015, existía un registro oficial de 187 zonas arqueológicas con acceso al público en general (INAH, 2015).

Tabla 1. Nayarit: Visitantes a museos, zonas arqueológicas y monumentos históricos administrados por el INAH por residencia, 2015

Residencia	Visitante	Visitantes a zonas	Visitantes a
Total	22,026	11,475	ND
Residentes en el país	21,479	11,218	ND
No residentes en el país	547	257	ND

Fuente: Centro INAH Nayarit. Nota: La información comprende tanto a los visitantes con boleto pagado, como aquellos que corresponden a grupos de cortesía

En nota de la Agencia Informativa Conacyt de agosto de 2016, se refiere a las Nuevas zonas arqueológicas en Nayarit que da a conocer la Delegado Federal del Centro Nayarit

del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), y se informó la existencia de al menos 842 sitios arqueológicos registrados en la entidad, de ellos 42 se han descubierto en los dos últimos años, 24 están en proceso de registro y mantienen investigaciones en los sitios. De los 842 sitios arqueológicos, solo una de ellos, el de Los Toriles en el municipio de Ixtlán del Río, está abierto al público; gran parte de las muestras de los hallazgos se presentan en el [Museo Regional](#) de Antropología e Historia de Nayarit. Así, los sitios reconocidos para los municipios costeros son: Tecuala (241 sitios), Santiago Ixcuintla (56 sitios), San Blas (12 sitios), Compostela (31 sitios) y Bahía de Banderas (129 sitios), que hacen un total de 469. En la Tabla 1, se puede apreciar los visitantes a zonas arqueológicas en el estado de Nayarit.

Un acercamiento al turismo arqueológico

La arqueología es esa ciencia que conjunta dos virtudes principalmente, 1) La paciencia para no destruir por la emoción las huellas de un pasado remoto y, 2) La esperanza de que siempre habrá un hallazgo más importante que el presente, o el anterior, de eso se alimentan los arqueólogos (Xataka México, 2017). Martínez (1996), señalaría que, para el hombre, el estudio de su pasado es importante a fin de entender su propia esencia y la función que desempeña en el planeta, además de su relación con las otras especies en el esquema evolutivo. Para este propósito, la arqueología es básica, ya que le proporciona información desde sus orígenes hasta prácticamente el presente. La arqueología es, pues, la ciencia antropológica que estudia el desarrollo del hombre en el tiempo, lo hace a través de los restos materiales que deja, ante la inexistencia de documentos escritos para las épocas más antiguas. Se entendería la conservación arqueológica, en el sentido más amplio del término, como la tarea de conservar los conjuntos arqueológicos, es decir, tanto las estructuras como los materiales asociados a ellas (Cirujano y Laborde, 2001).

Moreno y Sariago (2017) señalan que el interés del mercado turístico por la prehistoria y la arqueología estimula el auge de este tipo de recursos que pueden ser disfrutados por los visitantes a partir de una oferta turística educativa y de entretenimiento. Es un hecho que, actualmente, en aquellos lugares donde se han descubierto estructuras y artefactos de antiguas culturas se han convertido en destinos atractivos para todo tipo de visitantes. A través de los siglos, en un ademán de naturalidad, el hombre vuelve constantemente la mirada atrás. A veces por simple curiosidad, a veces con afán científico, a veces por la necesidad que se tiene de entender mejor el presente y por la avidez con la que se trata de escudriñar el futuro (Méndez de Vigo, 2017).

Rebolledo (2009), señala que en los últimos tiempos se ha hablado mucho del turismo cultural y dentro de éste el turismo arqueológico; con defensores y detractores, se plantea como una alternativa de diversificación del producto final que el visitante consume. Se ha demostrado que los sitios y hallazgos arqueológicos generan una actividad turística espontánea, lo que provoca un cierto desorden y desprofesionalización de la actividad, afectando la preservación del patrimonio. Para Nielsen, Calcina y Quispe (2003), existen reclamos hacia los arqueólogos por parte de los pueblos originarios al formular legítimas demandas, que en última instancia están dirigidas a una sociedad y científicos como parte de su indagación, pondrán al conocimiento de la comunidad en general. Los reclamos suelen incluir uno o más de los siguientes puntos: 1) Mantener los bienes arqueológicos en sus lugares (comunidades) de origen, devolviendo los que han sido extraídos anteriormente; 2) Informar a las comunidades los resultados de las investigaciones en un lenguaje accesible; 3) Dar participación a las comunidades en la gestión de su patrimonio arqueológico, ya sea con miras a la investigación, la explotación turística o el control del impacto generado por grandes obras y, 4) Respetar las formas culturales locales de interpretar y manipular el patrimonio arqueológico.

Para el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH, 2015), en el glosario de definiciones se encuentran algunos de los conceptos que están relacionadas con la temática que se aborda en el presente trabajo. Estas definiciones son:

Conservación	Conjunto de operaciones interdisciplinarias que tienen por objeto evitar el deterioro del patrimonio cultural tangible y garantizar su salvaguarda para transmitirlos a las generaciones futuras con toda la riqueza de su autenticidad. La conservación se integra con acciones preventivas, curativas y de restauración.
Protección	Conjunto de acciones académicas, técnicas y legales que promueven la investigación, identificación (inventarios, catálogos y registros), conservación, resguardo, recuperación y difusión de los bienes culturales monumentales.
Mantenimiento	Conjunto de operaciones permanentes que permiten conservar la consistencia física de los bienes culturales, evitando que las agresiones antropogénicas, físicas, químicas y/o biológicas, aumenten su magnitud en demérito del patrimonio cultural.
Restauración	Conjunto de operaciones programas que actúan directamente sobre el bien. Estas actividades se aplican cuando el patrimonio ha perdido parte de su significado o características originales y se interviene de manera científica y rigurosa para transmitirlo a las generaciones futuras con toda la riqueza de su autenticidad. La restauración es la actividad extrema de la conservación.

Fuente: <https://www.inah.gob.mx/academia/definiciones-tecnicas>

Tabla 2. México: Zonas arqueológicas por estado

Estado	Zonas arqueológicas	Estado	Zonas arqueológicas
Baja California	1	Morelos	5
Baja California Sur	1	Nayarit	5
Campeche	1	Nuevo León	6
Coahuila	1	Oaxaca	7
Colima	1	Puebla	8
Chiapas	1	Querétaro	8
Chihuahua	2	Quintana Roo	10
Ciudad de México	2	San Luis Potosí	10
Durango	3	Sinaloa	10
Guanajuato	3	Sonora	11
Guerrero	4	Tabasco	14
Hidalgo	4	Tamaulipas	16
Jalisco	4	Tlaxcala	17
Estado de México	4	Veracruz	18
Michoacán	5	Yucatán	19

Fuente: Sistema de Información Cultural. México. Zonas arqueológicas. Gobierno de la República
https://sic.cultura.gob.mx/lista.php?table=zona_arqueologica&disciplina=&estado_id=

Es importante señalar las zonas arqueológicas existentes al día de hoy por entidad federativa (Tabla 2). Así, el INAH tiene bajo su resguardo un total de 189 zonas arqueológicas abiertas al público en todo el país, los 365 días del año. La importancia de algunas zonas arqueológicas ha sido tal, que algunas de ellas quedaron inscritas en el Registro Internacional de Bienes Culturales de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) y tendrán una protección especial de esta institución.

Conclusiones

Esta es una primera aproximación al estudio de la importancia que representaría nuevas formas de promoción turística, a diferencia de las tradicionales de sol y playa, máxime si Nayarit cuenta con un legado ancestral de culturas originarias. La importante oferta ecoarqueológica de esta entidad federativa y del país mismo, pareciera que existen contradicciones por la conservación de los espacios con importancia y deficiencias serias en la capacidad para su manejo y administración. Con la información que se cuenta, arroja importancia al hecho de que se descubren nuevos sitios arqueológicos y aspectos

de sus formas de vida, cosmovisión, formas de aprovechar los recursos naturales, comercio, entre otros.

Desarrollo económico parcial y sin la inclusión de las comunidades cercanas a los sitios de interés arqueológico, puede ensanchar más la brecha de pobreza y marginación para muchos de ellos. Este trabajo forma parte de un proyecto sobre territorio económico y desarrollo, en donde el turismo forma parte central del mismo. Falta más investigación al respecto, pero es solo el inicio del proyecto en comento.

Bibliografía

- Cirujano, C. y Laborde, A. (2001). La conservación arqueológica. En *Arbor*, 169 (667-668), 691-709.
- Conacyt Prensa. (2016). Nuevas zonas arqueológicas en Nayarit. Tepic, Nayarit, 22 de agosto de 2016 (Agencia Informativa Conacyt). <http://www.conacytprensa.mx/index.php/ciencia/humanidades/9562-nuevas-zonas-arqueologicas-en-nayarit>
- Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. Reunidos en Lanzarote, Islas Canarias, España, del 27 al 28 de abril de 1995. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1995.21.15.1>
- Contralínea.com.mx. (2011). [En riesgo, patrimonio arqueológico de México](https://www.contralinea.com.mx/archivo-revista/2011/07/19/en-riesgo-patrimonio-arqueologico-de-mexico/). <https://www.contralinea.com.mx/archivo-revista/2011/07/19/en-riesgo-patrimonio-arqueologico-de-mexico/>. Julio 19 de 2011.
- Gobierno de la República. Secretaría de Turismo (2015). [#ZonasArqueológicas](file:///C:/Users/User/Desktop/Sitios%20arqueologicos/#ZonasArqueologicas%20_%20Secretaría%20de%20Turismo.html). file:///C:/Users/User/Desktop/Sitios%20arqueologicos/#ZonasArqueologicas%20_%20Secretaría%20de%20Turismo.html
- Gobierno de la República. Secretaría de Turismo. (2015). [#ZonasArqueológicas](http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/21/zonasarqueologicas/). <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/21/zonasarqueologicas/>
- Instituto Nacional de Antropología e Historia. (INAH). (2015). Red de Zonas arqueológicas. Instituto Nacional de Antropología e Historia: <http://www.inah.gob.mx/index.php/zonas-arqueologicas>
- Martínez, A. (1996). El patrimonio arqueológico de México, En *Arqueología Mexicana*, 21, 6-13.
- Méndez de Vigo, I. (2017). El lenguaje de los siglos. En *El poder del pasado 150 años de la arqueología española*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Museo Arqueológico Nacional (MAN) y Acción Cultural Española (AC/E).

- Moreno, A. y Sariego, I. (2017). Relaciones entre Turismo y Arqueología: el Turismo Arqueológico, una tipología turística propia. En *PASOS*, 15 (1), 163-180.
- Nielsen, A., Calcina, J. y Quispe, B. (2003). Arqueología, turismo y comunidades originarias: una experiencia en Nor Lípez (Potosí, Bolivia). En *Revista de Antropología Chilena*, 35 (2), 369-377.
- Organización Mundial de Turismo. (OMT). <http://www2.unwto.org/es/content/definicion>
- Organización Mundial de Turismo (OMT). (2004). Comité de Desarrollo Sostenible del Turismo de la OMT, Tailandia, marzo de 2004.
- Rebolledo, P. (2009) La puesta en valor del recurso arqueológico a través del turismo: el caso Yerba Loca, Chile. En *Gestión Turística*, 11, 89-100.
- World Tourism Organization, United Nations Development Programme. UNWTO-UNDP. (2017). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. Madrid.
- Xataka México. (2017). <https://www.xataka.com.mx/otros-1/las-mejores-25-zonas-arqueologicas-para-visitar-en-mexico>

CICLOPISTA SOLAR DURÁN-SANTAY-GUAYAQUIL CPS-DSG, COMO PROPUESTA DE TURISMO SOSTENIBLE INTELIGENTE, PARA EL ÁREA DE INFLUENCIA DE LA ISLA SANTAY.

MgSc. Gorki Aguirre Torres¹

Ing. Carlos Cabrera Noboa²

Resumen

La investigación propone al área de influencia de la Isla Santay (atractivo turístico y área protegida) una fórmula de aplicación de Desarrollo Sostenible con enfoque del Paradigma del Turismo Sostenible Inteligente, estableciéndoselo para el efecto y como tal al proyecto “Ciclopista Solar Durán-Santay-Guayaquil CPS-DSG” (ciclo pista dentro de un túnel traslucido implementada con tecnología inteligente sostenible) demostrándose las características de sostenibilidad del producto propuesto, evidenciando aportes en relación al Turismo sostenible inteligente con accionar ecológico, cultura ciclística, gobernanza comunitaria e interinstitucional, transporte alternativo tecnológico, movilidad limpia, descontaminación ambiental, producción de energía fotovoltaica, implementación de un modelo de aire acondicionado ecológico interno (intercambiador de temperatura a base de agua del río), utilización de *Datamining* a través de fotocélulas para reducir gastos de energía. Se planteó la investigación metodológica bajo el enfoque del diseño experimental fenomenológico con estudio prospectivo, la metodología de la investigación científica y estudio de casos aplicando el método mixto cuali-cuantitativo, ayudados por la observación científica *In Situ* y herramientas empíricas de recolección de datos, usando el muestreo no probabilístico intencional, que llevó a establecer como afirmativa la hipótesis planteada “El proyecto CPS-SDG es una propuesta de Desarrollo Turístico Sostenible Inteligente positiva y aceptada para el área de influencia de la Isla Santay” concluyendo que puede también ser aplicada a otras áreas, calificándosela para obtención de bonos de carbono, presentando interés en apoyo e inversión internacional y nacional.

1 a: Departamento de investigación Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Ecuador. gaguirre@uteg.edu.ec

b: Universitat Rovira i Virgili, Escola de Postgrau i Doctorat, España gorki.aguirre@yahoo.com

2 Centro de Investigación particular Ecotruque, Ecuador. ecotruque1@gmail.com

Palabras clave: Sostenibilidad; Desarrollo sostenible; ODS; Turismo sostenible; Turismo Inteligente

Abstract

The research proposes to the area of influence of Santay Island (tourist attraction and protected area) a formula for the application of Sustainable Development with an approach to the Intelligent Sustainable Tourism Paradigm, establishing it for the purpose and as such to the project “Solar Cycloplast Durán-Santay- Guayaquil CPS-DSG ”(track cycle within a translucent tunnel implemented with technology) demonstrating the sustainability characteristics of the proposed product, evidencing contributions in relation to smart sustainable tourism with ecological action, cycling culture, community and inter-institutional governance, alternative technological transport, clean mobility, environmental decontamination, photovoltaic energy production, implementation of an internal ecological air conditioning model (river water based temperature exchanger), use of *Datamining* through photocells to reduce energy costs. Methodological research was proposed under the approach of the phenomenological experimental design with prospective study, the methodology of scientific research and case studies applying the mixed qualitative-quantitative method, aided by scientific observation *In Situ* and empirical data collection tools, using Intentional non-probabilistic sampling, which led to establish as affirmative the hypothesis “The CPS-SDG project is a proposal for Positive and Sustainable Intelligent Tourism Development for the area of influence of Santay Island” concluding that it can also be applied to others areas, qualifying it to obtain carbon credits, presenting interest in international and national support and investment.

Keywords: Sustainability, Sustainable Development, SDG, Sustainable Tourism, Smart Tourism.

1.- INTRODUCCIÓN

El área de estudio, según SENPLADES comprende: “La Zona de Planificación 8 está ubicada en el cuadrante suroccidental del territorio ecuatoriano, en la región Costa, dentro de la provincia del Guayas; con los cantones: Guayaquil, Samborondón y Durán. (...) Ocupa una superficie de 4 691,59 km²” [CITATION SEN15 \l 22538]. Presenta una estrecha interrelación entre ciudades, debido a su posición geográfica, así como actividades correlacionales productivas de su población, acciones educativas de aprendizaje, y estatus habitacional. En la parte intermedia entre las dos ciudades se encuentra la Isla Santay, de características *sui generis*, que, por ser un Área Protegida, y

declarada Área Nacional de Recreación (2.214 has.), se la ubica como uno de los centros de atención turística de Ecuador y de la Provincia del Guayas. Dentro del perímetro del área de influencia de la Isla Santay, presenta una movilidad bastante afluida en la zona de ingreso a la ciudad de Guayaquil, con vehículos provenientes de las ciudades aledañas de Durán y Samborondón, lo que provoca un tráfico excesivo, que lo convierten en un problema de polución, y movilidad, latente y en auge, que se va incrementando día a día, el cual viene preocupando a las autoridades nacionales y locales, sin lograr mitigarlo. Este problema afecta ambientalmente y turísticamente, especialmente al destino Isla Santay, por lo que el estudio pretende dar una solución múltiple a los problemas existentes, posponiéndolo desde la visión del paradigma del turismo sostenible Inteligente. El contexto del artículo enfoca al destino Turístico Isla Santay, mismo que posee dos accesos o puentes peatonales entre Durán- Santay (1) y Santay-Guayaquil (2), el proyecto prevé utilizarlos, convirtiéndolos en lo que sería una ciclopista elevada, ya usadas desde 1900 [CITATION Mik19 \l 22538], en nuestro caso con característica futurista, cubierta por un túnel traslucido, en donde se proteja al turista de la polución, inclemencia de la temperatura alta, cansancio y lluvia, o también sirviendo como vía alterna de paso a los diferentes ciudadanos que se movilizan entre las dos urbes. En base al estudio de la Ciclopista Solar anteriormente realizado por [CITATION Gor16 \l 22538], que dio la pauta de factibilidad para la aplicación del proyecto sostenible CPS-DSG; estableciéndose en esta nueva fase investigativa extenderlo hasta La Estación Ferroviaria del Cantón Durán que es otro destino turístico, esto con el fin de objetivar brindar al turista un mayor recorrido y espacio turístico a disfrutar, estableciendo visión turística técnica sostenible e inteligente con implementación tecnológica.

2.- OBJETIVOS DEL PROYECTO

2.1 Objetivo General

Diseñar el Proyecto “Ciclopista Solar Durán-Santay-Guayaquil CPS-DSG.” como propuesta de turismo sostenible inteligente, para el gobierno Nacional de Ecuador, y los GAD de Durán y Guayaquil, que forman parte del área de influencia del destino turístico de la Isla Santay

2.2. Objetivos Específicos o Componentes:

- 1) Comprobar a través de una corrida financiera la factibilidad económica de ejecución del Proyecto CPS-GSD.
- 2) Evidenciar a través de variables cuali-cuantitativas de sostenibilidad, si el proyecto CPS-DSG, es factible de aplicación.
- 3) Establecer los parámetros económicos y jurídicos de inversión y apoyo Nacional e internacional, para ejecución del proyecto CPS-DSG.

3.- METODOLOGÍA

Se aplicó la metodología de la investigación científica para estudio de casos, con enfoque del diseño experimental fenomenológico con estudio prospectivo y el método mixto cuali-cuantitativo, ayudados por la observación científica *In Situ* y herramientas empíricas de recolección de datos, corriendo 200 encuestas con muestreo no probabilística intencional en Guayaquil y Durán, en un formulario de 15 preguntas, las mismas que vislumbraron la ; realidad de la hipótesis planteada: “El proyecto CPS-SDG es una propuesta de Desarrollo Turístico Sostenible Inteligente positiva para el área de influencia de la Isla Santay”, enfocándose en descubrir la factibilidad y posición de la ciudadanía del área de influencia respecto a aceptar el que se dé está construcción experimental sostenible inteligente.

3.1 Análisis de Demanda y oferta

3.1.1. Análisis de la demanda e indicadores de Desarrollo sostenible

Dentro del tema demanda, se establece la base de los indicadores tomados en cuenta al momento de proponer el proyecto sostenible inteligente, partiendo de que la OMT en cuanto a los indicadores del desarrollo sostenible indica:

En cualquier destino, los mejores indicadores son los que responden a los riesgos fundamentales respecto de la sostenibilidad del turismo, y facilitan información que puede ayudar a circunscribir problemas y evaluar respuestas. Los indicadores responderán normalmente a asuntos relativos a los recursos naturales y al medioambiente de un destino, a inquietudes respecto de la sostenibilidad económica, a problemas sobre los activos culturales y los valores sociales y, más ampliamente a cuestiones de organización y gestión, tanto en el sector turístico como en el conjunto del destino.[CITATION OMT05 \l 12298]

Siendo así, el proyecto se encamina a ofrecer dar fortaleza a la eliminación de polución, desarrollar una cultura ambiental amigable con el ambiente, fortalecer una movilidad sostenible, como un activo productivo turístico sostenible inteligente, proponiendo una demanda de amplitud macro y micro territorial, encaminada a tomar en cuenta a la:

Población de referencia: Se estima que el proyecto incidirá en 16'620.000 habitantes del Ecuador en el año 2019. [CITATION INE19 \l 3082] Hay que tomar en cuenta la direccionalidad en lograr detener la producción de cantidad de CO₂, que conlleva a ser un ámbito de benéfico mundial, lo que califica para obtener bonos de carbono, y de esta manera incide en contra del calentamiento global, esto presenta ser un indicador de logro sobre el cumplimiento de los ODS por el Estado ecuatoriano en base a la Agenda 2030. Anotando un aproximado de 30.000 turistas que visitan mensualmente la Isla Santay, quienes se anotan como referentes beneficiarios del proyecto. Estableciéndose estadística, que según [CITATION MIN18 \l 3082] en Guayaquil se dan 901 pernотaciones diarias y en Durán 907, denotándose gran afluencia de turismo extranjero. Población demandante potencial: Corresponde a un estimado de 2'371.090 perteneciente la población total de los cantones Durán, Guayaquil y Samborondón, quienes sufren indirectamente la problemática de movilidad y polución ambiental, y son quienes se beneficiarán con la puesta en marcha del proyecto CPS-SDG, mismo que da beneficio económico turístico como prestadores de servicios varios a la población del área de influencia, manejando indicadores sociales, económicos y ambientales, que son los indicadores de sostenibilidad. Población demandante efectiva: Se considera como beneficiarios directos y usuarios del proyecto sostenible aproximadamente el 50% de la población total de los cantones Durán, Guayaquil y Samborondón, que equivaldría a 1'185.545 habitantes, en vista que se reducirá la polución y tráfico vehicular que afecta directamente a toda esa población, se incrementará una movilidad sana, se establecerá la cultura de transporte ecológico, aumentará el turismo y con ello aumentará la economía en el área de influencia de la isla Santay.

3.2. Viabilidad y plan de sostenibilidad.

3.2.1. Viabilidad Técnica Descripción de la Ingeniería del Proyecto

El Diseño de CPS-DSG, utiliza la infraestructura existente en el tramo construido de ciclo vía Durán Santay Guayaquil 5,8 Km, aumentando la extensión hacia Durán 5,1 Km. extendiéndose a 10,9 Km de distancia entre Guayaquil a Durán o viceversa. La CPS-DSG aparte de ser un túnel traslucido de tono futurista, va estructurado su techo con paneles

solares que permiten el abastecimiento eléctrico para el funcionamiento total del sistema de provisión de bicicletas, la iluminación, el sistema computarizado y de seguridad. [CITATION Gor16 \l 22538].

Existe un sistema de aire acondicionado ecológico en las paradas y dentro del túnel, mismo que está diseñado para que opere un intercambiador de temperatura, a base del agua del río Guayas, que recorre junto a la CPS-DSG. El suministro de agua se realiza por medio de una red de tuberías hasta las unidades interiores que se instalan dentro de la zona a acondicionar, impulsándose el agua con una bomba centrífuga desde la Sala de Máquinas hasta cada unidad interior de aire acondicionado.[CITATION Cli19 \l 22538].

El proyecto propone la contabilización efectiva de ahorro de combustible fósil, utilizando una aplicación APP para los smartphones de los usuarios que utilizan las bicicletas dentro de la CPS-DSG, activándose cuando inician el recorrido y culminando de medir en cuando termina el recorrido, siendo cuantificado durante todo el año para llegar a un valor significativo en TM de CO₂ evitadas al ambiente. Estimándose que una persona que utiliza la CPS-DSG durante 260 días laborables viajando entre la ciudad de Durán y Guayaquil con un recorrido de 25 km/ día al dejar su vehículo en casa esta persona puede evitar emisiones de 1.5 TM de CO₂ a la atmosfera cada año, si cuantificamos el ahorro de CO₂ en cada día con 20.000 usuarios diarios podemos ver que la aplicación medirá 115 TM de CO₂/día evitadas hacia la atmosfera, este importante resultado para el ambiente, deberá ser reconocido por las autoridades y por la ciudadanía convirtiendo a este mecanismos en una herramienta de incentivo para el uso del sistema.

Se mantendrá fotocélulas inteligentes, captando las personas que ocupan en tiempo real la CPS-DSG, para que, de manera robótica y automatizada, haga uso de la iluminación necesaria regulándose la utilización de luz eléctrica e intensidad de aire acondicionado.

Las bicicletas eléctricas, poseerán una fotocélula que se active al faltar energía, desarrollarán una carga inteligente por fricción entre la rueda y un dinamo recargándose automáticamente sin necesidad de dejar de utilizarla. [CITATION Sis15 \l 22538]. Por otra parte, utilizará también el sistema Kinetik Energy Recovery System KERS (sistema de recuperación de energía cinética) [CITATION Pér14 \l 22538]

3.2.3. Análisis de Turismo Sostenible y ODS.

Para el cálculo de los beneficios de desarrollo sostenibles que generará el proyecto se tomó en cuenta la inversión total, con lineamiento a un logro de carácter cualitativo socioambiental, por la característica del destino Turístico de la Isla Santay, y por los diferentes beneficios ambientales que brinda el proyecto, como turismo sostenible e inteligente, encaminado por la visión de la agenda 2030 y en cumplimiento de los objetivos del Desarrollo sostenible como lo indica la OMT:

El turismo aparece en las metas de los Objetivos 8, 12 y 14, sobre desarrollo económico sostenible e inclusivo, producción y consumo sostenibles, y uso sostenible de los océanos y de los recursos marinos, respectivamente. Ahora bien, gracias a su alcance y a su impacto, el turismo puede ayudar de forma directa o indirecta a lograr cualquiera de estos 17 Objetivos. [CITATION OMT18 \p 1 \l 22538]

Es el caso de la actividad turística, producirá movilidad sostenible, eliminación de polución, en donde en primer término intervienen la población del área de influencia, y por su magnitud de sostenibilidad, abarca un estado de beneficio Nacional y Mundial, integrándose como producto de Desarrollo Sostenible inteligente para mitigar el Calentamiento Global, y calificando para obtener bonos de carbono. Contribuye al mantenimiento e incremento del capital social del área de influencia del proyecto, fomentando trabajo con equidad e igualdad social, participando personas con discapacidades; ya que garantiza el acceso igualitario de mujeres y hombres a los bienes intangibles generados por el proyecto, e impulsan el desarrollo humano, con indicadores económicos de fortaleza, ya que la población de la Isla Santay participará directamente de este beneficio social y económico.

4. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

4.1.- Resultados

Por las características del proyecto, éste no contempla ingresos, pero si una recuperación de capital de inversión. La inversión total del proyecto es de USD 36'512.000,00 El costo de operación anual es de USD 309.600,00 que corresponde al pago de personal. Los beneficios económicos estimados son USD 3'694.083,17 anuales. El flujo económico del proyecto demuestra ser de gran expectativa de recuperación de capitales, justificando al contener los 3 pilares de la sostenibilidad produciendo turismo sostenible en el área de influencia de la isla Santay, además que utiliza componentes con tecnología inteligente,

con *Datamining* y energía sostenible. Con esta inversión inicial y una tasa de descuento de 3.6%, se obtiene una tasa interna de retorno de 13,72%, que corresponde a un valor actual neto de USD 30.353.958,60; lo que determina la viabilidad económica de este proyecto, La inversión se convierte en atractiva y de menor riesgo para los inversionistas

En base a un cronograma de ejecución de cumplimiento y de puesta en marcha este pretende ser ejecutado de 21 meses, significando una rápida ejecución de la obra.

El proyecto Ciclopista Solar DSG, posee una propuesta de fondos no reembolsables a través del Banco Mundial, Comunidad Económica Europea, en donde intervendría una contraparte del Gobierno Nacional y Gobiernos Municipales Descentralizados de Durán y de Guayaquil.

A partir del análisis del flujo económico y con una tasa de descuento de 4% se obtuvieron los siguientes indicadores, mismos que producen un cálculo de retorno del capital en 8 años, con una TIR efectiva de 13.72%, un costo beneficio de 1.86, y un Pay-Back de 6,32 años, lográndose un alcance de alta rentabilidad y crecidamente seguro para invertir. Esto se estipula en la corrida financiera elaborada para el efecto

Como un complemento investigativo para demostrar la hipótesis sobre el uso del sistema Ciclo Pista Duran Santay -Guayaquil (CPSDSG), se consultó a la población del área de influencia identificando turistas nacionales y extranjeros en el desarrollo del trabajo. El 96% de los encuestados reconoce a la Isla Santay como un lugar Turístico y en menor escala como área protegida, manifestando un alto interés en visitarla como lugar turístico de naturaleza. Sobre la implementación de la tecnología con las comodidades indicadas dentro de la ciclopista, reflejan interés en mayor proporción en la ciudad de Durán con el 100%, y en Guayaquil con 98%; también los niveles tecnológicos ambientales del sistema reflejan que los potenciales usuarios valoran en un 96% la comodidad y que el sistema sea altamente tecnológico para cuidar el ambiente.

4.2. Conclusiones

Se establece en el presente proyecto que se cumplen los enunciados del desarrollo turístico sostenible inteligente, basados en la fortaleza de la sostenibilidad.

La propuesta ha elevado de nivel y se encuentra con interés de inversores internacionales que trabajan procesos de desarrollo sostenible, así como también existe intención de

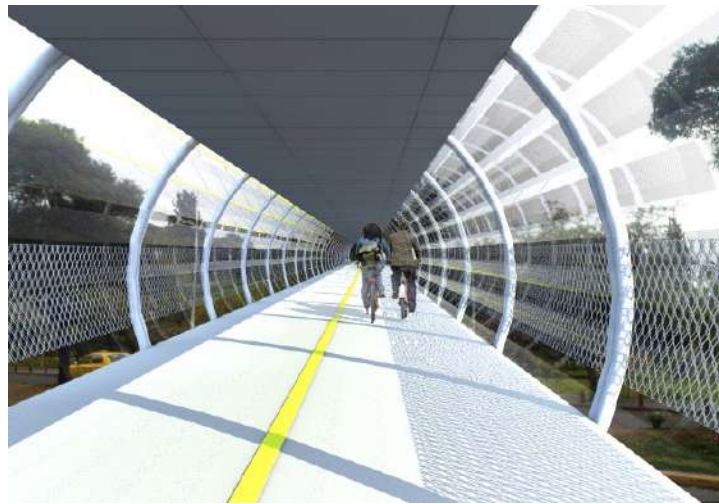
apoyo auspicio del Banco Mundial y la Comunidad Económica Europea, sus delegados en Ecuador así lo han manifestado con sus cartas de intención que se adjuntan al proyecto original.

El proyecto es factible de aplicación, sirviendo al territorio local o área de influencia del destino turístico Isla Santay y también al conglomerado mundial por su eficacia de acción contra la polución, evitando incremento de Co2, actuando como un incentivador cultural de nuevas formas de movilidad saludable y ecológica.

Cumple descubriéndose como afirmativa la hipótesis planteada “El proyecto CPS-SDG es una propuesta de Desarrollo Turístico Sostenible Inteligente positiva para el área de influencia de la Isla Santay”

5. MATERIAL GRÁFICO

Ilustración 1 Ciclopista CPS-DSG



Fuente: Creación propia.

Bibliografía

- Aguirre, G., & Cabrera, C. (2016). Factibilidad de aplicación del proyecto sostenible de transporte, movilidad, reciclaje y productor de energía fotovoltaica, ciclo pista solar Durán-Santay-Guayaquil. *Yachana Revista Científica*, 153-154. Recuperado el 2018, de <http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/448>
- Climadesign. (2019). *www.climadesign.com*. Obtenido de <https://www.climadesign.com.ar/info/aire-acondicionado-por-agua>
- INEC. (2019). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS*. Obtenido de Ecuador en cifras, censo de población y de vivienda: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Lopez, G. A., Medina, L. A., Alvarez, S. T., & Lujan, J. M. (2015). Sistema generador de energía autosustentable. *H,NOGALES:SONORA*, 12. Obtenido de <http://www.utnogales.edu.mx/tic/cadesarrollsw/docentes/Sistema%20Generador%20de%20Energia%20Autosustentable.pdf>
- Miklós, V. (2019). *www.gizmodo.com*. Obtenido de <https://io9.gizmodo.com/are-elevated-bicycle-highways-the-future-of-transportat-1530482371>
- MINTUR. (2018). *Servicios de turismo.gob.ec, Turismo en Cifras, pernoctaciones por cantón de Destino*. Recuperado el 2019, de Servicios turisticos.gob.ec GEO VIT: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>
- OMT. (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos - Guía práctica*. Madrid, España : Organización Mundial del Turismo. Recuperado el 2019, de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-07/tema2/OMTIndicadores_de_desarrollo_de_turismo_sostenible_para_los_destinos_turisticos.pdf
- OMT. (2018). *El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Buenas prácticas en las Américas*. madrid , España : Organización Mundial del Turismo . doi: 10.18111/9789284419937

Pérez, D. O. (2014). Sistemas de almacenamiento energético mecánico en el mundo de la Automatización. *CIDAUT*, 11-14. Recuperado el 13 de 01 de 2019, de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/11605/TFM-I-179.pdf;jsessionid=BE3EAA96941BA8035BFF73001F62ABD1?sequence=1>

SENPLADES. (2015). *Agenda Zonal, Zona 8-Guayaquil. Guayaquil, Samborondom Dúran. 2013-2017*. (1era ed.). Quito, Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Senplades. Recuperado el 2018, de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-8.pdf>

DIAGNÓSTICO DE LOS RECURSOS INTANGIBLES DEL CAPITAL INTELECTUAL DE UN DESTINO TURÍSTICO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA INNOVACIÓN. CASO: SAN MARTÍN DE LOS ANDES, PATAGONIA ARGENTINA.

Autores¹:

Mg. Fabiana Quadrini

fabianaquadrini@yahoo.com.ar

Lic. Cynthia Abraham

abrahamanahi@hotmail.com

Lic. Patricia Hernandez

hernandez_patricia19@yahoo.com.ar

RESUMEN

El presente trabajo intenta desarrollar y aplicar un método que permita realizar un diagnóstico de los recursos intangibles del capital intelectual (Humano, Tecnológico, Estructural, Relacional) a nivel de destino turístico y demostrar su relación positiva con la actividad innovadora. Para ello se distinguen dos áreas de estudio: la empresarial y la de destino. La primera se centra en las empresas Pymes del sector turístico (Agencias de Viajes y Hospitalidad) y la segunda, vinculada con organismos públicos y entes relacionados al sector turístico del destino **San Martín de los Andes**, Patagonia Norte.

Con la intención de poner en valor práctico el concepto teórico tripartito Gobierno, Universidad y Empresa se contribuirá a generar mayor conocimiento para la formulación de estrategias competitivas, desde una perspectiva coherente, integrada y cualitativa, que posibilite a su vez contar un sistema de alerta para la previsión del comportamiento del destino. En tal sentido, se propone trabajar con contenidos actuales en innovación, tecnologías, gestión de la información, redes de conocimiento y mapas cognitivos, permitiendo al sector empresario y al gubernamental el aprendizaje para desarrollar y potenciar sus fortalezas y oportunidades en la aplicación del capital intelectual en un destino.

PALABRAS CLAVES: destino - innovación - capital intelectual - San Martín de los Andes – diagnóstico.

¹ Docentes investigadoras de la Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Neuquén, Argentina. Integrantes del Centro de Estudios del Conocimiento e Investigación Empresarial Turístico (CECIET). Integrantes del proyecto de investigación 04/T050 "Gestión del Capital Intelectual e Innovación a nivel de destino turístico: una vía para potenciar la competitividad del sector". Directora Mg. Alejandra Gazzera; Co-directora Mg. Lorena Lombardo.

ABSTRACT

This work intends to develop and apply a method that allows to generate a diagnosis of the intangible resources of the intellectual capital (Human, Technological, Structural, Relational) at the tourist destination level and demonstrate its positive relationship with the innovative activity. To achieve this, two areas of study were distinguished and selected: the business area and the tourist destination itself. The first focuses on the SMEs in the tourism sector (Travel Agencies and Hospitality) the second one focuses on the public agencies and entities linked to the tourism sector of the destination San Martín de los Andes, North Patagonia. Based on the joint action between the tripartite concept, Government, University and Business will contribute to generate greater knowledge for the formulation of competitive strategies, from a coherent, integrated and qualitative perspective, that in turn allows having an alert system for forecasting the behavior of the tourist destination. To achieve the above mentioned we proposed to work with current contents in innovation, technologies, information management, knowledge networks and cognitive maps, allowing the entrepreneurial sector and government sector to generate skills to develop and enhance their strengths and opportunities in the application of intellectual capital in the tourist destination.

KEYWORDS: destination – innovation - intellectual capital - San Martín de los Andes - diagnosis.

INTRODUCCIÓN

En un mundo globalizado, los sistemas regionales o nacionales de educación e innovación, la generación de redes, clusters, la colaboración entre universidades, empresas y gobierno son elementos que deben estar presentes en la formulación de estrategias competitivas para generar bienestar económico y social a sus habitantes. Esta investigación pretende desarrollar y aplicar un método que permita realizar un diagnóstico de los recursos intangibles del capital intelectual (Humano, Tecnológico, Estructural, Relacional, Renovación y desarrollo) a nivel de destino turístico y demostrar su relación positiva con la actividad innovadora. Para ello se distinguen dos áreas de estudio: las áreas empresariales y de destinos. En el caso de las áreas empresariales se hace foco en las empresas Pymes del sector turístico (Agencias de Viajes y Alojamiento) y a nivel de destinos turísticos, se selecciona una de las más representativas de la Patagonia Norte, **San Martín de los Andes**. Teniendo en cuenta el concepto de la Triple Hélice, propuesto por los autores Etzkowitz y Loet Leydesdorff (1997) de impulsar un sistema de tres componentes, en este caso, el desarrollo a través de la actuación conjunta Gobierno, Universidad, Empresa; la presente investigación pretende generar mayor conocimiento para la formulación de estrategias competitivas, desde una perspectiva coherente, integrada y cualitativa, que posibilite a su vez contar un sistema de alerta para la previsión

del comportamiento del destino. El estudio presenta características distintivas y propone trabajar con contenidos actuales en innovación, tecnologías, gestión de la información, redes de conocimiento y mapas cognitivos. Permitirá al sector empresario y al sector gubernamental el aprendizaje para desarrollar y potenciar sus fortalezas y oportunidades en la aplicación del capital intelectual. Por otro lado posibilitará la interacción sincrónica y asincrónica del ámbito público como del privado entre sí y de estos con la sociedad.

OBJETIVO GENERAL

Aplicar un método de diagnóstico de capital intelectual de San Martín de los Andes, basado en redes y mapas cognitivos a fin de conocer el grado de innovación y competitividad del destino.

METODOLOGÍA

La investigación ha sido concebida por una parte como investigación teórica y por otra, como una investigación-acción participante. la propuesta metodológica se enfoca en un diseño de investigación integrando técnicas cualitativas y cuantitativas, de este modo, en una etapa exploratoria se trabajó sobre los constructos: capital humano, tecnológico, estructural, relacional, renovación y desarrollo a nivel de destino y luego a nivel empresarial turístico a partir de la adaptación del “Método de Diagnóstico de Capital Intelectual de una Región” (M.D.C.I.R), aplicado a la ciudad turística de Valparaíso, Chile y de investigaciones anteriores del propio equipo de investigación (Modelo THER).

Se efectuaron entrevistas semi estructuradas a cada unidad de relevamiento seleccionada, en tanto, los informantes claves se escogieron por áreas de estudios: empresas, organismos públicos e instituciones vinculados al sector turísticos, con el fin de generar un diagnóstico de los recursos intangibles del capital intelectual que posee el destino turístico

En función de las unidades de relevamiento se realizó una división de tareas entre los integrantes del equipo de investigación, materializadas en dos fases, la Fase I recolectó datos vinculados a organismos públicos y privados que actúan y dinamizan la actividad turística en la localidad, analizando y elaborando redes de trabajo y mapas cognitivos de los organismos involucrados en el destino. La Fase II, por otra parte, se centró en la toma de datos a los gerentes y líderes empresariales referidos a cada uno de los capitales que forman parte del modelo THER de medición de capital intelectual, indagando respecto del capital tecnológico, capital humano, capital estructural y capital relacional que poseen las empresas del sector turístico. A los efectos del presente se expondrán los resultados obtenidos en la mencionada en primera instancia.

La Fase I, mostró a través de la redes, las relaciones y/o vínculos entre los organismos y/o instituciones que se hayan relacionadas con el sector turístico a través de la teoría de

grafos, utilizando para este caso el software “GRAFOS”. Las redes permitieron conocer el grado de comunicación (político, recreativo, estratégico, asociativo, etc.) que mantienen los organismos y la efectividad de los vínculos. Posteriormente, se realizó un análisis de las relaciones emergentes a través de grafos, esta técnica representó por medio de nodos a aquellos organismos públicos y/o privados que mantenían vínculos en algunos casos -de carácter mutuo- (relación de co-ocurrencia), quedando los nodos fuera de la red si no existiera relación entre ningún actor.

Las entrevistas semi estructuradas, se centraron fundamentalmente en dos aspectos, que dieron origen a dos mapas cognitivos por cada entrevista. El primer aspecto, apuntó a que el entrevistado señale los sintagmas relacionados con la *problemática que tiene el destino San Martín de los Andes*; el segundo aspecto, a descubrir los sintagmas relacionados a *qué debe o puede hacer la región para desarrollarse sustentablemente* y considerarse un *destino innovador*. Es importante destacar que el instrumento de recolección de datos se diseñó con el objeto de conocer cuáles eran las principales problemáticas que aquellos actores consideraban que poseía el destino, y qué debería tener el mismo para ser *sustentable, innovador y competitivo*; por otro lado, qué conceptos vinculaban a la misión y la visión del destino y por último cuál eran los conceptos que vinculaban con capital intelectual.

PRINCIPALES RESULTADOS

Los vínculos señalados por los actores sociales, poseen naturaleza distinta, se trata de relaciones formales, informales, temporales, a término, esporádicas, atemporales, etc. Resulta interesante analizar y exponer este esquema tripartito que se genera entre Municipio, Parques Nacionales y la Universidad. Si bien, parte de la investigación se desarrolla sobre la base teórica del modelo de la Triple Hélice que considera, en este caso, las relaciones existentes de cooperación entre Municipio – Parques Nacionales - Universidad, se observa en particular que ésta última no posee redes vinculares con organismos públicos y/o privados. Así, la ausencia de dichas relaciones, deja al descubierto la necesidad de cooperación y de trabajo en conjunto entre los mismos. Sin duda, es de suma importancia que se establezcan vínculos e intercambio de conocimiento, actividades y acciones de innovación para el desarrollo del destino. En tal sentido, es importante señalar que Parques Nacionales es un organismo que depende de la Jefatura de Gabinete a nivel Nación, es un organismo autónomo, autárquico, posee su propia jurisdicción, reglamentaciones, presupuesto propio etc. Es independiente del municipio, en tanto, pocos organismos tienen injerencia sobre el territorio de Parques Nacionales, pues se corresponde con un territorio nacional que posee su propia intendencia, con una reglamentación específica, etc. La intendencia del parque se encuentra en la localidad de San Martín de los Andes. Lo particular, es que muchos organismos mencionaron tener relación con Parques Nacionales, aunque éste organismo no dio cuenta de relación con otras unidades de análisis. En efecto se puede hablar de un actor que juega un papel importante y determinante respecto a las decisiones que se toman en el destino, posee una significativa red de vínculos e influencia tanto a

organismos públicos como privados, lo cual, claramente lo convierte en un nodo central de las redes que se generan en San Martín de los Andes. Al respecto resultó sumamente interesante, una vez obtenidas y analizadas las respuestas, descubrir la importancia y relevancia que las unidades de relevamiento consultadas le otorgan al medio ambiente, debido a que todos expusieron y mencionaron esta variable al menos en algún momento de la encuesta, es decir, que la naturaleza, el medio ambiente y el factor ecológico permean transversalmente el accionar y lo consideran un paradigma de suma importancia; por lo tanto ello indica que existe cierta sensibilidad y empatía, donde se visualiza un interés en común hacia el cuidado del medio ambiente, entre otras variables. Por otro lado, se observó que uno de los problemas más importantes que posee el destino, está relacionado con la infraestructura y particularmente con los caminos y vías de acceso al centro turístico, mientras otras menciones refieren a la basura y a falta la gestión de los residuos. Por último, los entrevistados manifestaron que existe una falta de ordenamiento interno de la ciudad, calles muy estrechas, gran cantidad de vehículos, etc. Respecto a cuáles deberían ser las acciones a llevar a cabo para que el destino sea *sustentable*, los entrevistados mencionaron la necesidad de atender la problemática de residuos y su manejo, además de solucionar los problemas ambientales que posee el destino. Otra cuestión de relevancia, fue la necesidad de trabajar en forma conjunta, tanto organismos públicos como privados, afirmando que puede llegar a resultar positivo y que permitiría generar proyectos en forma conjunta de forma más efectiva. Surgió, de las entrevistas, la necesidad de diversificar las actividades económicas, para de esta manera, posicionar a San Martín de Los Andes no sólo como una localidad turística. Para que el destino sea *innovador*, los entrevistados nuevamente volvieron a citar a la ecología y el medio ambiente, sosteniendo que será innovador en la medida que sea un destino autosustentable y ecológico; mencionando la posibilidad de reciclar y reutilizar los residuos. Así, otros, señalaron la posibilidad de incorporar herramientas digitales - tecnológicas mediante la búsqueda de nuevos inversores, alentado ello, a que el destino sea más innovador. Por otro lado, la mejora de los caminos y la infraestructura parecen ser la clave para que el destino logre ser *competitivo*, en tanto los entrevistados, vincularon la competitividad del destino, con el precio de los servicios y con el abanico de ofertas que posea el destino. En este sentido, manifestaron que se debería lograr generar una mayor oferta turística, respecto a los atractivos y actividades, asociando ello, a tarifas adecuadas y precios razonables en la prestación de los servicios. Asimismo, la conexión aérea, resulta una variable determinante a tener en cuenta para que el destino funcione adecuadamente atrayendo y generando corrientes turísticas desde distintos centros emisivos, tanto nacionales como internacionales.

Respecto a lo/s términos relacionados al **Capital Intelectual**, la **Visión** y la **Misión**, los entrevistados consideraron que el primero se encuentra vinculado al *conocimiento*, mientras que otros de ellos lo asociaron con la *capacidad de la gente* y con los términos *gestión/acción*. Teniendo en cuenta que San Martín de los Andes no ha definido aún la *misión* y la *visión*, los encuestados advirtieron que es necesario que se enuncien los mismos, aportando palabras que claramente le dan identidad y razón de ser al destino, tales como *descanso*, *paz*, *naturaleza*, *aldea de montaña*; refiriendo ello a un destino

turístico fuertemente relacionado con el contacto con la naturaleza, en busca de un equilibrio perfecto entre explorarla y descansar, entre viajar y contemplar la paz con las características propias de una aldea de montaña, villa turística o una mezcla de todas ellas, constituyéndose San Martín de los Andes en un ícono del turismo en la Patagonia. De acuerdo a lo mencionado por los representantes de los organismos públicos y/o privados, los conceptos vinculados a la misión también hacen referencia a la expresión del desarrollo sostenible, con el objeto de ofrecer una adecuada calidad de vida a sus habitantes y visitantes, en armonía con la naturaleza y a las características propias del destino. En tal sentido, es importante señalar que contar con la misión y visión para hacer crecer y desarrollar un destino turístico, reviste suma importancia debido a que ayudará a la creación de nuevas e importantes metas y estrategias para poder llegar a ser lo que desea el destino en su conjunto. En cuanto a la visión, surgieron conceptos tales como *mantener el perfil, medio ambiente, turismo, respeto*. Respecto a ello, los encuestados, mencionaron que la **visión** de San Martín de los Andes debiera hacer referencia a la conservación y respeto del medio ambiente, refiriendo con ello a garantizar un futuro ambiental, para hacer del destino un producto distintivo frente a la competencia. Este concepto debiera ser más amplio de lo que parece y no sólo englobar a los paisajes y recursos naturales, sino que también a la calidad del servicio y del producto turístico como tal, ya que se hallan íntimamente vinculados entre sí. Sin duda, las consideraciones vertidas respecto a los valores que debieran integrar la **visión** del destino San Martín de los Andes, se encuentran relacionadas con la *conservación* y una *adecuada gestión del entorno*, de los *recursos*, y del *medio ambiente*, con el objeto de proporcionar un turismo de calidad y ambientalmente sostenible.

CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta el objetivo principal planteado, el método elaborado para realizar el diagnóstico de recursos intangibles queda definido por redes y mapas cognitivos. Asimismo, es importante señalar que para potenciar la competitividad y la toma de decisiones estratégicas del sector y del destino en sí mismo resulta importante señalar cómo las ideas emitidas espontáneamente por las unidades de relevamiento consultadas, coinciden perfectamente con variables que claramente deben ser consideradas por un destino para ser *innovador y competitivo*, el eje de la **sostenibilidad debería atravesar** estratégicamente al destino en forma transversal y del mismo modo, debería ser una variable que lidere y accione las relaciones y el trabajo en conjunto entre los organismos y actores involucrados en la gestión política, social y empresarial para avanzar en dirección a un destino inteligente e innovador.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ LOPEZ, J. (2000) "Medición y valoración del Capital Intelectual". [Revista](#) Técnica Contable. No. 618. Junio. España

- ETZKOWITZ, H. y LOET LEYDESDORFF (eds.), (1997). Universities in the Global Knowledge Economy: A triple helix of university-industry-government relations, Londres, Cassell.
- FALQUEMEBERG, C. (2012): "Pymes Hoteleras, Gestión del Conocimiento para una Mayor Competitividad". Revista Electrónica Del Centro de Estudios Del Conocimiento e Innovación Empresarial Turístico ISSN L 1852 - 4583. Año II, Volumen II.- Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue
- GAZZERA LOMBARDO, VOGEL, FALQUEMBERG, ROMERO, MOLINA, ABRAHAM (2010): "Hacia un nuevo modelo de medición del capital intelectual en empresas del sector hotelero". IV Congreso Virtual Latinoamericano de Competitividad de Empresas y Destinos Turísticos-
- GUARDA, M.; RAPIMAN, R. REBIEN, S. SOLIS (2006) Tesina de grado: Competitividad En Las empresas Turísticas De La ciudad De Valdivia, Región De Los Lagos. Universidad Austral De Chile. Valdivia.
- GONZALEZ, R. MENDIETA, M. (2009) "Reflexiones Sobre La Conceptualización De La Competitividad De Destinos Turísticos "Cuadernos de Turismo (23).En línea <http://www.redalyc.org/pdf/398/39811874006.pdf>-19 de agosto 2014
- LOMBARDO, L; GAZZERA, A.; ABRAHAM, C.; QUADRINI, F.; ROMERO, L.(2012) Nombre de la Ponencia: "Capital Intelectual: Modelo Ther" Jornadas De Investigación Y Extensión En Turismo-Neuquén, 19 y 20 de Abril
- LOPEZ YEPES, J.A. y SANCHEZ, M. (2000) "La Teoría de Los Recursos Y Capacidades De La Empresa" Universidad de Murcia, España.-
- MERINO, C. y DÍAZ, E. (2004), Informe ISCI – Informe Spring sobre capital intelectual en la Comunidad de Madrid. Madrid, Fundación para el Conocimiento Madrid y Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento (CIC). Disponible en <http://www.madrismasd.org>
- Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (2020).Ministerio de Turismo de la Nación
- QUADRINI, F.; MOLINA, M.-(2012) "La Influencia de la Tecnología en el estudio del Capital Intelectual Hotelero" 3eras Jornadas de Educación Mediada por Tecnologías – Institución Organizadora: Sistema de Educación Abierta y a Distancia – Universidad Nacional del Comahue – CURZA – Viedma – Río Negro - 31 de Mayo y 1 de Junio de 2012

- SIMARO Jorge; TONELLI, Omar E (2005) “El capital intelectual en las pymes” XXVI jornadas Universitarias de contabilidad Universidad argentina John f. Kennedy -Facultad de ciencias económicas Universidad nacional del centro de la provincia de Buenos Aires
- SANTOS RODRIGUES, H. FIGUEROA DORREGO, P. y FERNANDEZ, J. (2009). La Influencia del Capital Intelectual en la Capacidad de Innovación de las empresas del sector de automoción de la eurorregión Galicia Norte de Portugal. Vigo: Cátedra Eurorrexion,
- YAÑEZ ARENA, Teresita del Niño Jesús (2012)“Diseño de un método para diagnosticar el capital intelectual de una región- Aplicación a la región de Valparaíso-Chile-“Tesis Doctoral en Ciencias Económicas y Empresariales 2001-2003 Universidad de Barcelona ,2012 <http://www.tdx.cat/handle/10803/1>
- WTO (2002) *Themis Publication. Destination Management*, tedQual nº 5. Número monográfico dedicado a la investigación sobre el destino turístico y su gestión. Madrid, España.

LA CULTURA COMO FUENTE DE INNOVACIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS.

ABELARDO JAVIER LEFIMAN PICHIHUECHE¹

Resumen

Las cifras mundiales muestran un crecimiento constante en los viajes con fines turísticos, abriéndose nuevos nichos de desarrollo turístico como es, por ejemplo, el turismo indígena. El presente trabajo aborda la tensión que se genera entre el capitalismo, como modelo hegemónico actual y el deseo de los habitantes de un territorio por regenerar su cultura dañada y promoverla con orgullo al mundo. En este sentido, se presentará estrategias aplicadas en distintos territorios de la región de la Araucanía, bajo el concepto de "Industria del Turismo Mapuche", en un proceso paulatino y constante, iniciado el año 2014. Desde esa fecha hasta la actualidad se ha logrado hacer más competitivo el trabajo de los emprendimientos turísticos mapuche, resolviendo brechas de carácter técnico, legal y de gestión, sumado a la regeneración de elementos culturales dañados y fortaleciendo, a través del turismo, otros elementos culturales que han permitido diseñar productos turísticos innovadores, cuyo valor central está en el relato cultural asociado a los distintos servicios (Alojamientos, gastronomía, actividades recreativas y souvenir cultural). El gran desafío ha sido la fusión armónica entre mercado y cultura.

Palabras Claves: Innovación, estrategias, industria turística mapuche.

Abstract

The world data show a steady growth in travel for tourism purposes, opening new niches of tourism development as is, for example, indigenous tourism. The present work will show the tension that is generated between capitalism, as a current hegemonic model and the desire of the inhabitants of a territory to regenerate their damaged culture and promote it with pride to the world. In this sense, strategies applied in different territories of the Araucanía region will be presented, under the concept of "Mapuche Tourism Industry", in a gradual and constant process, started in 2014. From that date to the present, it has been achieved make the work of Mapuche tourism entrepreneurship more competitive, resolving gaps of a technical, legal and managerial nature, added to the regeneration of damaged cultural elements and strengthening, through tourism, other cultural elements that have allowed the design of innovative tourism products, whose Central value is in the cultural storytelling associated with the different services (accommodation, gastronomy, recreational activities and cultural souvenir). The great challenge has been the harmonious fusion between market and culture.

¹ SOCIEDAD DE TURISMO MAPUCHE A.G. y KIMUNET GESTIÓN EMPRESARIAL (Gerente)
director.ejecutivo@comerciomapuche.cl javierlefiman@kimunet.cl

Keywords: Innovation, strategies, Mapuche tourism industry.

Introducción

Actualmente el Pueblo Mapuche se enfrenta a la pérdida de algunos pilares fundamentales que sustentan su cultura, dentro de los cuales se encuentra el desconocimiento de la historia, arte y filosofía mapuche, la pérdida de hablantes de mapuzugün y muy poca claridad de los valores mapuche. Considerando parte de este problema, la presente investigación pretende explorar, diseñar y experimentar modelos de trabajo entre emprendedores mapuche del rubro turístico, generando una estrategia de difusión y promoción de la cultura mapuche utilizando al “turismo mapuche” como espacio de transferencia de información y conocimiento cultural.

Hasta la fecha se ha trabajado con 4 grupos de emprendedores mapuche, donde cada grupo ha oscilado entre 35 y 45 personas.

Objetivo

Promover y regenerar la cultura mapuche en todo el mundo, utilizando al “turismo mapuche” como un espacio de encuentro, conexión e intercambio cultural entre los mapuche y los visitantes de diversos lugares.

Metodología

El enfoque generado después de probar y experimentar con distintos métodos, tiene como fundamento **“Lo mejor de los dos mundos”**, el conocimiento “occidental”, no mapuche, fusionado con el “conocimiento y experiencia mapuche”. Ahora bien, esta fusión de visiones se sustenta fuertemente en el conocimiento del ámbito, por un lado, de la economía y de los negocios y, por otra, de la experiencia en asesoría, capacitaciones y desarrollo de proyectos productivo-comercial que ha desarrollado el autor de esta investigación, quien es mapuche. La idea ha sido el “pensamiento-acción”. No basta un análisis tan teórico si no le hace sentido a la gente que necesita aplicar el conocimiento ni tampoco, significa ir haciendo cosas sin un sentido más profundo. Por eso, esta investigación, en el ámbito del conocimiento mapuche, tiene un fuerte contenido de la vivencia del autor en su relación con sus abuelos, padres, familiares y también, del trabajo con emprendedores mapuche que aún respetan y promueven la cultura.

Históricamente el pueblo Mapuche siempre ha participado de su desarrollo económico, pero quizá a un ritmo más pausado que el exigido por el modelo económico imperante en la actualidad. Para el mapuche la economía crece al ritmo de la naturaleza, aunque puede tener elementos “comunitarios” como también “capitalista”. En general, para el mundo No mapuche el hombre es amo y señor de todos los recursos naturales, pudiendo disponer como estime conveniente, estando el ser humano por sobre el resto de las especies vivientes, mientras que **el mapuche cree que es parte de la**

naturaleza y no está por sobre ella. Este principio filosófico es importante para entender su mirada frente al desarrollo de los negocios. Por ejemplo, hasta hace poco años los abuelos mapuche acostumbraban a regalar a sus nietos una oveja, una vaca o una gallina, con la idea de reproducirlas, obteniendo nuevas crías, las cuales seguían reproduciéndose por varios años y cuando el nieto se transformaba en adulto, tenía muchas ovejas, vacas o pollos. En cierto sentido, había acumulación al igual que en el capitalismo, pero en los “tiempos” que dictaba la naturaleza. También existía mucho trabajo colaborativo donde el valor de la mano de obra no se cobraba, como es el caso del “Rukan”, que era cuando se hacía la ruka entre todos los de la comunidad y en 2 o 3 días una familia podía utilizar una vivienda nueva. Esto es una visión colectiva, alejado del capitalismo que promueve el individualismo.

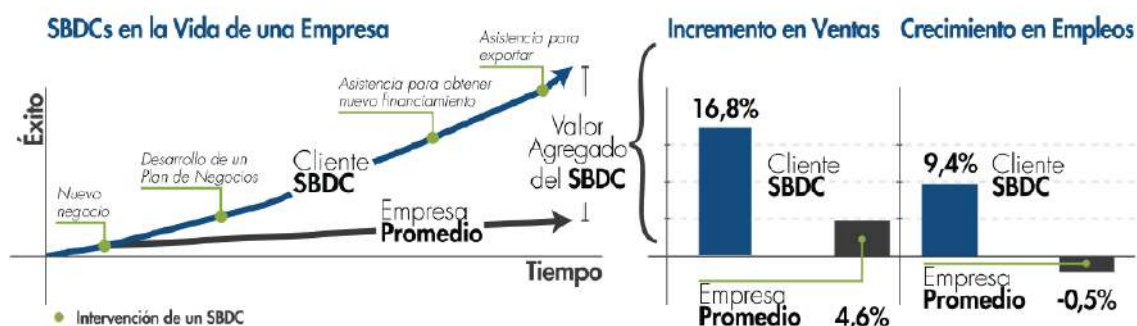
El Modelo Empresarial “Occidental”

Para entender este enfoque, debe recordarse algunos elementos que constituyen el modelo capitalista actual, el cual también modela el ámbito turístico. Aparece, por ejemplo, la búsqueda de la eficiencia en las actividades productivas, basadas en la especialización, que invita a dedicarse a una sola cosa, idea en que se sustentan actualmente los monocultivos. Este ejemplo también sirve para explicar que en el mundo mapuche, la visión de la economía se basa en la diversidad productiva, encontrando que gran parte de la población campesina mapuche se dedica a la crianza de animales, aves, al cultivo de cereales, al rubro forestal y hoy, al turismo, siendo este último uno más de todos los rubros a los cuales se dedica cada familia. La diversidad (itrofil mogen) y NO la “mono-actividad” económica es parte de la cultura mapuche. Esto es estratégico para la presente investigación, dado que influirá directamente en el diseño de los productos turísticos mapuche y su posterior comercialización.

Esta visión “occidental”, simplificada de la actividad económica, se encuentra presente en distintas políticas públicas del Estado Chileno, como por ejemplo el modelo de atención a emprendedores utilizado por los Centros de Desarrollo de Negocios que administra Sercotec. Los aspectos más relevantes de este modelo² son:

² <http://dev.sbdcgloba.com/index.php/mx/sbdcs-internacional/que-es-sbdc.html>

Ilustración 1: Modelo SBDC, Texas University



Como se observa, se define la vida de una empresa a partir del acompañamiento que se realiza, partiendo por un Nuevo negocio, le sigue el desarrollo de un Plan de Negocios, luego la asesoría para obtener financiamiento para crecer y finalmente, asesorar en el proceso de exportación. Como resultado de este acompañamiento a la empresa, debe **augmentar sus ventas y ser capaz de generar nuevos empleos**. Este es un aspecto que para el mapuche es muy simplista. Para el mapuche, pensar una actividad económica como una forma de vida donde sólo se persiga el dinero, deja fuera toda su visión más compleja, diversa y trascendental que él busca. No es que el dinero no importe, sí importa, pero como un factor más de varias otras variables.

Ahora bien, este modelo SBDC tiene algunos elementos interesantes, como son:

- ✓ Sustentabilidad económica: sin duda que cualquier empresa o incluso movimiento social requiere de recursos para sostenerse y seguir creciendo.
- ✓ La cultura de medición de resultados: Es necesario medir los avances de forma objetiva, donde la utilización de indicadores claros es la base de la gestión.
- ✓ Eficiencia en el uso de los recursos a través de la co-inversión de la triple hélice: Todos los SBDC requieren la colaboración, coordinación y co-inversión de esfuerzos y financiamiento de los sectores gubernamentales, de educación superior y del sector privado, garantizando así la sustentabilidad del programa y eliminando ineficiencias y la duplicación de esfuerzos;

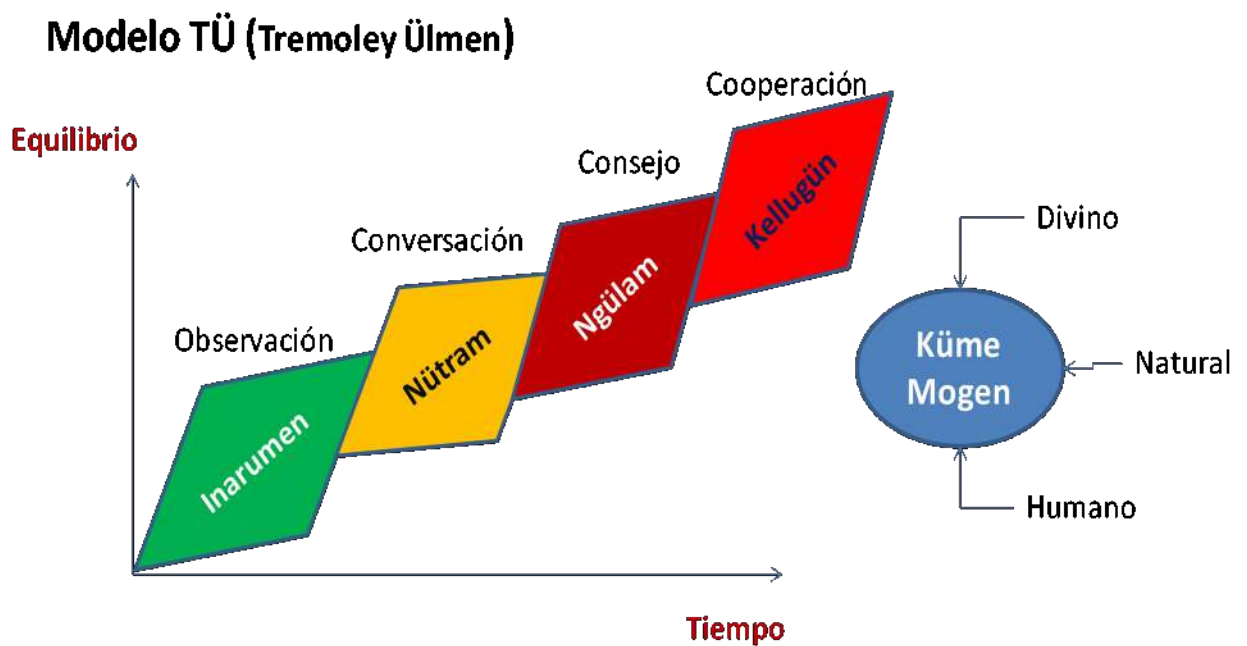
Ahora bien, el autor a cargo de esta investigación, después de más 10 años de trabajos en desarrollo de negocios mapuche y en estos últimos años, por el desarrollo de la "Industria del Turismo Mapuche", ha prototipado, experimentado y diseñado un modelo de desarrollo de negocios con el mundo mapuche, que ha denominado Tremoley ülmen (Tü), como una forma de complementar la forma de modelar los negocios desde el mundo "Occidental".

Modelo TÛ (Tremoley Ülmen)

La palabra ülmen expresa bastante bien la figura del empresario mapuche, quien existían dispersos en los distintos territorios mapuche, antes de la denominada pacificación de la Araucanía, siendo la ganadería una de las actividades productiva-

comercial más importante. Ahora bien, el ñlmen además contribuía al desarrollo de su territorio, aportaba con recursos para los eventos ceremoniales, muchas veces se acercaban a pedirle consejos, por lo cual debía tener una visión estratégica del territorio. Por su parte, la palabra Tremoley puede significar "crecer" o "desarrollar". Por este motivo, este **Modelo T** (Tremoley lmen) tiene como idea central el desarrollo del empresario mapuche (lmen) como base para la creación y crecimiento de negocios que contribuyan al desarrollo de un territorio, pero enmarcado dentro de los principios filosóficos mapuche.

Ilustración 2



Fuente: Lefiman, J. Kimunet Gestión Empresarial.

- **Inarumen** (Observar): Puede traducirse como la observación del entorno, pero no de una perspectiva externa al observador, sino como parte de ese entorno, ya que el mapuche no cree que el hombre sea amo y señor de la naturaleza, sino que es parte de ella. Esto al mapuche le permite encontrar soluciones con aquellas cosas que tiene más a cerca, optimizar los recursos disponibles, antes de buscar soluciones en otro lugar y realizando creaciones que no dañen su entorno natural. En una segunda fase, a partir de la brechas busca nuevos recursos, nuevas vinculaciones y nueva soluciones. Esto obliga al mapuche a buscar soluciones con pocos recursos y siempre pensando en el cuidado y desarrollo de su territorio. Por eso, este concepto tiene algunos elementos similares al que utiliza el modelo "Design Thinking", donde la creación de nuevos productos se realiza a través del "prototipado", utilizando la menor cantidad de recursos posibles y que estn lo más a mano, probando el prototipo antes de lanzar un producto totalmente terminado. Si te equivocas

que sea barato. Históricamente, recuérdese que los subsidios del Estado Chileno llegaron al campo hace pocas décadas y sin embargo, los antiguos mapuche igual lograban vivir y criar a sus familias, utilizando lo que el entorno les ofrecía. En definitiva, este concepto se ha aplicado en la práctica en el diseño de productos y servicios turísticos mapuche, invitando a los emprendedores a poner atención, primero, en lo que tienen y en segundo lugar, en lo que les falta para seguir avanzando.

- **Nütram** (Conversar): En el mundo mapuche, la conversación es parte esencial para avanzar en temas cotidianos y estratégico de su vida. Este acto se realiza conversando entorno al fogón, mirándose las caras y donde todos aportaban al conocimiento que se generara en dicha conversación. La conversación es fundamental para resolver problemas o proyectar el futuro de la familia o de una comunidad. En este sentido, esta investigación ha aplicado este concepto en los talleres de capacitación, donde se reúnen a los participantes en círculos, a la usanza ancestral mapuche, donde el monitor debe ser un guía y generador de conocimiento colectivo. El punto de partida del nütram son las preguntas que el monitor va colocando durante el proceso.

- **Ngülam** (Aconsejar): Esto se traduce como consejo, dar o pedir un consejo. El mapuche siempre ha sido respetuoso de los más sabios, los cuales normalmente eran las personas de más edad. Sobre todo cuando debían tomar decisiones importantes le pedían consejo al más sabio o al que tenía más experiencia en el tema relacionado con la decisión en cuestión. Esto también se observaba en el caso del aprendizaje, era muy común la relación maestro-aprendiz, donde el joven aprendiz, incluso, podría irse a vivir con su maestro, donde no sólo capturaba el conocimiento más técnico sino también el apoyo para la generación de confianza al emprender algo nuevo. Ejemplo de ello es cuando la machi recibía a una nueva machi y en unos 3 a 4 años la preparaba para transformarse en machi. Lo mismo, con las tejedoras, los lawentuchefe (medicina), choique (bailarín), etc. Para el mundo no mapuche, este concepto

se parece mucho a las mentorías. Por este motivo, uno de los elementos que se incorpora en esta investigación es la identificación, dentro del territorio, de aquellos mapuche más avanzados en el ámbito del turismo y transformarlos en líderes de sus territorios, lo cual en la práctica ayudará, por ejemplo, en la comercialización de la rutas, ya que serán ellos quienes deberían organizar y promocionar la oferta turística mapuche. A estos líderes mapuche se les denomina “Kimche Empresarial”, que son empresarios mapuche consolidados en sus negocios, viven de sus negocios y lo más importante, que están dispuestos a transferir su conocimiento y experiencias a otros emprendedores. En un mediano y largo plazo, posiblemente estos mismos Kimche empresarial podrían transformarse en tour operadores.

- **Kellugün** (Cooperar): Se traduce como “cooperación”. Es bien sabido que el pueblo mapuche ha tenido como forma de vida la cooperación, por ejemplo, en el rukan (hacer la casa) o en las actividades agrícolas y ganaderas, tales como en la siembra y la cosecha, en la esquila de ovejas o en la castración de animales, entre muchas otras actividades productivas. Lo mismo en el plano espiritual, en el Ngüllatun (ritual similar a una misa o culto), Machitun (sanación física y espiritual de un enfermo) o Mafün (casamiento). En todos estos casos, el kellugün (cooperación) es fundamental ya que son rituales muy complejos, que requieren distintos especialistas, los cuales deben estar coordinados, aportando lo suyo para la consecución de un objetivo colectivo mayor. En el mundo no mapuche se habla de asociatividad, la conformación de redes de colaboración, el mapuche lo lleva aplicando ancestralmente, aun sin tener un gran líder que guíe estos procesos. Por este motivo, esta investigación ha experimentado aprovechando y fortalecimiento de esta actitud y forma de vida propio de los mapuche, ayudando a crear redes (Rutas) turísticas y comerciales para enfrentar de forma más eficiente la fuerte competencia en los mercados nacionales e internacionales.

Probablemente, cualquier investigador de la cultura mapuche agregará muchas otras forma de actuación del pueblo Mapuche (**Az Mogen**), sin embargo, para los efectos de esta investigación, estos 4 conceptos aportan considerablemente a crear un contexto de reconocimiento de los valores-acción mapuche, en particular, en el ámbito de los negocio. Ahora bien, para cerrar la descripción del Modelo TÛ es bueno recordar que para el mapuche, la generación de dinero no es lo único que persigue de un negocio, teniendo una visión más compleja, lo que hoy se expresa en el “Küme Mogen” que se traduce como el “buen vivir”. Esto significa que para el mapuche tener dinero sin estar en equilibrio con su cuerpo-mente, con la naturaleza, con su espiritualidad, con su entorno familiar y con su territorio no sirve de nada. Esto es muy importante al momento de crear o desarrollar un negocio mapuche y sobretodo en el turismo mapuche.

Si se piensa en el público objetivo con quien se trabaja, se necesita como fundamento del trabajo como pilar fundamental IDENTIDAD CULTURAL MAPUCHE, a través de la complementariedad del “Modelo Empresarial Occidental” y el TÛ (Tremoley Ülmen), integrando los mejor de los dos mundos. La idea central es lograr la confianza de los emprendedores y empresarios turísticos mapuche, lo cual es fundamental para diseñar productos turísticos atractivos, donde la identidad mapuche no sea un problema si no el elemento diferenciador. Lo mismo, al momento de estructurar la forma de comercializar los productos turísticos mapuche, regenerando un valor mapuche como es la cooperación (Kellugün).

Resultados y Conclusiones

- ✓ Se logró reunir a emprendedores turísticos mapuche de la costa (lafkenche), valle (Wenteche) y cordillera (Pewenche), unificando los territorios.
- ✓ Se ha nivelado el conocimiento sobre la historia, arte y filosofía mapuche en los emprendedores turísticos mapuche, quienes se relacionan directamente con el visitante, creándose relatos (storytelling).
- ✓ Diseño de producto y servicios turísticos con identidad cultural mapuche, atractivos y diversos.
- ✓ Se dirigió la creación de una organización cultural y comercial denominada “Sociedad de Turismo Mapuche de la Araucanía A.G.” cuyos socios son de mar a cordillera, teniendo como visión de futuro, la promoción comercial conjunta en mercados internacionales y el cuidado de los entornos naturales y culturales donde se emplazan los negocios turísticos.
- ✓ Se ha instalado y perfilado el concepto del “Turismo Mapuche” de forma colectiva.

Bibliografía

- Axelrod, R. (1986). La evolución de la cooperación. Madrid: Alianza Editorial S.A.
- Ayllón, J. R. (1999). El arte de la guerra. Madrid: Ediciones Martínez Roca, S.A.
- Bengoa, J. (1996). Historia del Pueblo Mapuche (Siglo XIX y XX). Santiago, Chile: Ediciones Sur.
- Bernays, E. (2008). Propaganda. España: Melusina.
- Case, A., & Paxson, C. (2008). Stature and status: Height, ability, and labor market outcomes. *Journal of Political Economy* , 116(3): 499–532.
- Chase, R. B. (2003). Administración de producción y operaciones, manufactura y servicios. Colombia: McGraw-Hill Interamericana, S.A.
- Chopra, S. (2008). Administración de la Cadena de Suministro. México: Pearson Educación de México S.A.
- Christakis, N., & Fowler, J. (2010). Conectados. México: Santillana Ediciones Generales, S.A.
- Coppens, Y. (2009). La historia del hombre. Barcelona: Tusquets Editores.
- Darwin, C. (2003). El Origen de las Especies. Madrid: Alianza Editorial.
- Dawkins, R. (2002). El gen egoísta. Barcelona: Salvat Editores, S.A.
- Doral, A. (2003). El Marketing Viral. Madrid: Person Educación S.A.
- Ellberg, M. (22 de Octubre de 2011). Will dropouts save America? *The New York Time*
- Friedman, M. (2008). Libertad de Elegir. Madrid: Gota a Gota Ediciones.
- Fukuyama, F. (1992). El fin de la historia y el último hombre. Buenos Aires: Planeta.
- Galeano, E. (2009). Patas Arriba, La escuela del Mundo Al Revés. Coyhaique, Patagonia: Sombraysén Editores.
- Gigerenzer, G. (2008). Decisiones instintivas. Barcelona: Ariel.
- GuntherMcGrath, R., & Gökce, S. (Septiembre, 2011). Aprender a vivir con la complejidad. *Harvard Business Review* .
- Hitt, M. A. (2004). Administración estratégica. México: Internacional Thomson Editores, S.A.
- Kauffman, S. (2003). Investigaciones: complejidad, auto-organización y nuevas leyes par a una biología general. Barcelona: Tusquets Editores.
- Kiyosaki, R., & Lechter, S. (2008). Padre rico, padre pobre. Aguilar.
- Klein, N. (2007). La doctrina del shock: El auge del capitalismo del desastre. España: Paidós Ibérica.
- Krugman, P. (1996). La organización espontánea de la economía. Barcelona: Antoni Bosch Editor, S.A.
- Kuhn, T. (2006). La Estructura de las Revoluciones Científicas. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España, S.L.

- Lambin, J.-J. (2003). Marketing estratégico. Madrid: ESIC Editoria.
- Landeta, J. (1999). El Método Delphi, una Técnica de Predicción para la Incertidumbre. Barcelona: Ariel.
- Lefiman, J. (2012). La Inteligencia Evolutiva del Emprendedor. Temuco, Chile: Edición Independiente.
- Levitt, T. (1960). Marketing Myopia. Harvard Business Review .
- Margulis, L. (1981). Symbiosis in Cell evolution. New York: Freeman.
- Mascareñas, J. (2005). Fusiones y adquisiciones de empresas. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España.
- McLuhan, M. (1969). La Comprensión de los Medios como Extensiones del Hombre. México: Diana.
- Mnookin, R. (2010). Negociando con el diablo. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Nietzsche, F. (2003). La Genealogía de la Moral. Madrid: Tecnos.
- Nietzsche, F. (1981). La voluntad de poderío. Madrid: EDAF S.A.
- Ñanculef, J. (2003). La cosmovisión y la Filosofía Mapuche: Un enfoque del Az-Mapu y del Derecho Consuetudinario en la cultura Mapuche. Santiago: Revista de Estudios Criminológicos Penitenciarios. N°6.
<https://es.scribd.com/document/83790745/Nanculef-Huaiquiao-2003-La-cosmovision-y-la-filosofia-Mapuche-Un-enfoque>
- Pascale, R. (2002). El Líder en Tiempos de Caos. Barcelona: Paidós.
- Pérez, J. (2004). Teoría de juegos. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Porter, M. (2000). Estrategia competitiva. México: Grupo Editorial Patria.
- Ries, A., & Trout, J. (2002). Posicionamiento: La batalla por su mente. México: McGraw-Hill.
- Rifkin, J. (2007). La Economía del Hidrógeno. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Sánchez, C. (Noviembre de 2003). Hablando sobre los sistemas. (J. Lefiman, Entrevistador)
- Senge, P. (1999). La quinta disciplina. Barcelona: Granica, S.A.
- Torres, J. (2005). Economía política. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Underhill, P. (2002). Por qué compramos. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, S.A.

TURISMO DE REUNIONES: UNA ESTRATEGIA DE INNOVACION PARA LA DIVERSIFICACION DE LA OFERTA DE PRODUCTOS TURISTICOS EN LOS CABOS B.C.S MEXICO.

Dra. Angélica Montaña Armendáriz¹
M.C. Juan Carlos Pérez Concha²

Lic. Reyna Yanell Rivera Rodríguez³

Resumen

El turismo de reuniones ha cobrado interés a nivel internacional, siendo objeto de estudio por su importancia económica y social en los destinos turísticos que lo ofrecen. Este tipo de eventos, además de servir como promotor, propicia la derrama económica y un efecto multiplicador en las inversiones. Los Cabos -como destino de excelencia y premium en el segmento de sol y playa- cuenta con tres factores para competir en esta tipología de turismo: disponibilidad de centros de convenciones, mega resorts y conectividad aérea. El objetivo de este trabajo es analizar las características y viabilidad del turismo de reuniones en Los Cabos, con base en la identificación y capacidad de la infraestructura y la posición de los actores involucrados en este producto. La investigación se realizó a partir de un diseño transversal, exploratorio y descriptivo, mediante la técnica cualitativa de entrevistas focalizadas a los principales actores del desarrollo turístico en el área de estudio. Los resultados permiten valorar la existencia de potencial para turismo de reuniones; identifican la dinámica relacional de los actores locales y plantean la necesidad de diseñar un modelo de gestión a partir de la teoría de los stakeholders que favorezca la competitividad del segmento turístico analizado.

Palabras clave: Turismo de Reuniones; Diversificación del Turismo; Los Cabos.

1 Departamento Académico de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. amontano@uabcs.mx

2 Departamento Académico de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. jperez@uabcs.mx

3 Departamento Académico de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. revivera@uabcs.mx

Abstract

Tourism from meeting has taken attention on an international level, being an object of study because of its economic and social importance at the touristic destinations that offer it. This type of events, besides serving as advertisement, it promotes economic revenue and a multiplying effect on investments. Los Cabos -as a premium and excellence destination in the beach and sun segment- has three factors to compete in this type of tourism: availability of conference centers, mega resorts and aerial connectivity. The goal of this research is to analyze the characteristics and viability of meeting tourism in Los Cabos, based on the identification and capacity of its infrastructure and the position of the actors involved in this product. The research was done based on a transversal, exploratory and descriptive design, throughout the technique of qualitative interviews focused on the main actors of the touristic development area on the studied area. The results allows to assess the existence of potential for meeting tourism; also, they identify the dynamic of the relationship of the local actors and pose the necessity to design a management model based on the theory of the stakeholders that favors the competitiveness of the analyzed touristic segment.

Keywords: Meeting tourism, Tourist diversification, Los Cabos.

1. INTRODUCCIÓN

Desde la mitad del siglo pasado, la actividad turística (a nivel mundial) se ha conformado como un sector con grandes posibilidades de desarrollo, razón por la cual cada día más países están propiciando inversiones en este sector. Según el World Travel and Tourism Council (2019), en la actualidad el turismo representa el 9% del PIB mundial; emplea, directa o indirectamente, a 255 millones de personas en todo el mundo y genera uno de cada diez empleos.

En el ámbito del turismo, una de las vertientes que ha tomado auge es el denominado turismo de reuniones. Organismos como la Organización Mundial del Turismo (OMT), el International Congress and Convention Association (ICCA) y el Meeting Professionals International (MPI) consideran que esta tipología turística, está cobrando una relevancia cada vez mayor y se está convirtiendo en una estrategia que favorece el crecimiento de las economías locales, dado que el turismo de reuniones es un negocio en sí mismo y como tal, favorece el desarrollo de otros negocios (OMT, 2014).

El turismo de reuniones representa una oportunidad para las ciudades donde se lleva a cabo, ya que no solo es generador de ingreso económico al momento de realizar los eventos (transporte, hospedaje, alimentación, paseos, amenidades, etc.), sino que también sirve como promotor de la localidad y reactivador del turismo en temporadas bajas.

En general, el término “Reunión” se refiere a la agrupación de 10 o más participantes en un espacio contratado por un mínimo de 4 horas. Las reuniones incluyen: convenciones, conferencias, congresos, exposiciones y exhibiciones, eventos de incentivo, reuniones corporativas o de negocios y otras reuniones que cumplan con los criterios (SECTUR, CESTUR, CPTM & AMEREF, 2011).

En México, diversos destinos han comenzado a promover este tipo de turismo, convirtiéndose en destinos emergentes del mismo, con la finalidad de aprovechar incremento de la demanda en este segmento de mercado y la derrama económica que propicia; por ello, es de utilidad conocer su evolución, ya que esto permitirá plantear estrategias que contribuyan a la diversificación de la oferta turística y aprovechar –de mejor manera- los recursos, capacidad y potencialidad de un destino (OCDE, 2017).

Los Cabos, en Baja California Sur (BCS), representa uno de los lugares turísticos prestigiados de la república mexicana; sin embargo, no se ha aprovechado su infraestructura y potencial en materia de turismo de reuniones (TR). Aun cuando este destino (clasificado como “Premium” en el segmento de sol y playa) se encuentra en ascenso, de acuerdo a las últimas estadísticas, este segmento es temporal durante cada año, por lo que es necesario buscar nuevas opciones para abrir mercados y diversificar la oferta, siendo el TR una alternativa para ello.

Este documento tiene como objetivo analizar las características y viabilidad del TR en Los Cabos, con base en la identificación de dos ejes de investigación: primero, identificar la infraestructura, capacidad de oferta y potencialidad del destino para el desarrollo de esta tipología del turismo; y segundo, establecer el tipo y características de las relaciones que se dan entre los actores involucrados en su planificación y gestión. Partiendo de este objetivo, las hipótesis de partida son: ¿Los Cabos es un destino con potencial, infraestructura y oferta suficiente para desarrollar el turismo de reuniones?, y segundo, ¿Cuál es la dinámica relacional entre los actores involucrados en el turismo de reuniones?

La estructura del trabajo comprende los aspectos metodológicos que orientan la investigación, que en este caso es exploratoria y descriptiva. Posteriormente, se analiza el

contexto del TR en Los Cabos; a continuación, se presentan los resultados de la investigación empírica; finalmente se propone un modelo de gestión tendiente a establecer la dinámica relacional de los principales actores de esta actividad.

2. METODOLOGIA

La metodología inicia con un estudio exploratorio, por cuanto el TR en Los Cabos es una tipología poco estudiada, dado que la información conocida es limitada tanto como destino para turismo de reuniones, como por las características de la relación que guardan los actores participantes en la gestión de este tipo de turismo. Continua como estudio descriptivo para mantenerse en este alcance, ya que también se pretende puntualizar aspectos relacionados con infraestructura, demanda, capacidad de oferta, dinámica relacional de los actores y ventajas competitivas del destino. La investigación se realizó a través de un diseño no experimental, para conocer y analizar el contexto en el que se desenvuelve el objeto de estudio.

Se aplicó la técnica cualitativa de la entrevista en profundidad focalizada, misma que se caracteriza por una mayor apertura en el proceso de levantamiento de la información. Las entrevistas se realizaron en base a una pauta flexible de preguntas, posteriormente transcritas y codificadas por una malla temática afín a los conceptos centrales. Las unidades de análisis, consistieron en instancias del sector público dedicadas a la gestión del TR y empresas del sector privado relacionadas con este tipo de turismo, como fuentes primarias para la recolección de información; al respecto, se realizaron 15 entrevistas focalizadas a expertos, tales como: Fideicomiso de Turismo de Los Cabos (FITURCA), Secretaria de Turismo del Estado de BCS (SECTURE), Asociación de Hoteles de Los Cabos, Consejo Coordinador Empresarial de Los Cabos, CANACO-SERVITUR, consultores especializados como Helms Briscoe y STA-Consultores e instituciones gubernamentales a nivel municipal, estatal y federal así como empresarios del ramo turístico.

3. TURISMO DE REUNIONES: ASPECTOS GENERALES

Ante la constante evolución de los mercados, los destinos buscan innovar y diversificar los productos turísticos; es así como surge el TR actividad que ha cobrado interés a nivel

mundial porque genera desplazamientos que, aun cuando tienen una finalidad determinada, aportan beneficios adicionales, tales como el uso de otros recursos distintos a los que satisfacen la necesidad de este tipo de turismo, se incrementa el uso de los servicios de hospedaje en temporadas bajas, fomenta el conocer el lugar donde se lleva a cabo el evento, aumenta la derrama económica y se crea un efecto multiplicador al producirse una mayor redistribución del ingreso. (UNWTO, 2008).

Se dice que las reuniones y los congresos amplían la base de visitantes, por cuanto atraen a las personas que están participando en algún evento, pero que no han elegido este destino en concreto basándose (únicamente) en sus ventajas intrínsecas, es decir, gente que en otras circunstancias podría no haber visitado jamás ese destino. Además, estos visitantes aparecen (muchas veces) en épocas del año en las que otro tipo de visitantes no arribaría, lo cual ayuda a desarrollar y mantener la infraestructura y servicios turísticos, que también reciben otro tipo de visitas. En un evento o reunión, los participantes suelen gastar más que un visitante medio ya que, por lo general, se alojan en hoteles más caros y se permiten opciones de alimentación, transporte y servicios más costosos (OMT, 2014).

3.1. Características generales del Turismo de Reuniones en México

De acuerdo con información de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA, por sus siglas en inglés), durante 2017 los países con mayor número de eventos realizados fueron: Estados Unidos seguido de Alemania, Reino Unido y España; México ocupó la posición 22 con 980 eventos realizados (equivalente a una participación de mercado del 1.5%) y la posición 17 con un total de 93,298 participantes, lo que representa una participación del 3% de este segmento de mercado.

México cuenta con suficientes activos como para formar parte de los principales competidores en el TR; además de infraestructura y equipamiento para la atracción de eventos, se cuenta con una actitud de servicio y creatividad por parte de los prestadores de servicios como para ofrecer soluciones adecuadas a cada evento. A lo anterior se suma la proximidad geográfica y las facilidades en temas migratorios y de aduanas, lo que hace del mercado estadounidense una posibilidad real para fortalecer el posicionamiento de México en la región de América del Norte y de América Latina.

El World Travel and Tourism Council (2019), refiere que en 2017 los residentes en Estados Unidos que viajaron a México por motivo de convenciones, conferencias y

seminarios, representaron el 9% del total de viajes; de este total, un 62.8% fueron hombres y el 37.2% correspondió a mujeres; la edad promedio fue de 40 años, siendo más representativo el rango de 35 a 54 años (45.4%), seguido de 15 a 34 años (38.8%).

Los turistas estadounidenses que arribaron a México en 2016 en la modalidad TR, se caracterizaron por su alto nivel de educación (64.3%) y de ingresos (58.6%); los principales motivos del viaje fueron: reuniones, conferencias y seminarios (42.8%), incentivos (28.1%) y exhibiciones o ferias comerciales (18.7%); la duración media del viaje fue de 3.9 noches en promedio, con un gasto promedio de 1,299 dólares (un turista tradicional gasta 850 dólares).

De acuerdo a SECTUR (2018), el TR registra un crecimiento importante sobre los demás segmentos de mercado; por ejemplo, entre 1990 y 2000 registra una tasa promedio anual del 4.8%, mientras que para el periodo 2010-2014 este indicador se incrementa en un 10% anual. A su vez, los organismos relacionados con la industria de reuniones en México coinciden en afirmar que este segmento aporta el 1.5% del PIB nacional (COMIR, 2019).

En el mediano plazo, la disolución del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) repercutirá en el desarrollo y consolidación del TR en México, por cuanto esta era la instancia encargada de la estrategia de promoción del país, uno de cuyos propósitos era incrementar la visibilidad del producto turístico mexicano "para congresos, convenciones, incentivos y exposiciones". En lugar del CPTM el gobierno federal pretende crear el consejo de promoción turística-diplomática, que estará a cargo de los cónsules y representantes diplomáticos de México en el extranjero.

3.2. Contextualización y Potencialidad en Los Cabos

Los Cabos se ubica en el extremo sur de la península de Baja California. Como destino turístico, se integra por la conurbación de las ciudades de San José del Cabo, Cabo San Lucas y el Corredor Turístico que une ambas ciudades. Dado que la región cuenta con recursos naturales, así como infraestructura turística con reconocimiento internacional, el desarrollo de Los Cabos se ha caracterizado por un acelerado crecimiento económico, liderado –básicamente– por el turismo de sol y playa. A lo anterior, se agrega la cercanía de la costa oeste de Estados Unidos (región que constituye uno de los mercados emisores más grande de la unión americana) y la visión de autoridades y empresarios para impulsar el desarrollo de una infraestructura turística moderna y de alta calidad, así como de importantes economías externas como el aeropuerto internacional, marinas,

autopistas y redes de telecomunicaciones, todo lo cual ha permitido cumplir el objetivo del CIP de Los Cabos de transformar a esta región en un polo de desarrollo turístico de renombre internacional (Montaño, Ivanova & Serrano, 2017).

Los Cabos es un destino turístico consolidado, las cifras lo ratifican; por ejemplo, la oferta de cuartos hoteleros y tiempos compartidos se incrementó de 4,842 a 11,762 a unidades entre 2000 y 2010, lo cual representa un incremento del 14.3%; sin embargo, entre 2015 y 2018 el número de cuartos creció de 12,465 en a 19,114, un aumento de 53% en tan solo tres años. Este destino es un referente en el sector del turismo de lujo, donde ha tenido un fuerte crecimiento; de hecho, entre 2018 y su proyección a 2021, se espera entren en operación 37 nuevos mega resorts diamante y gran turismo, mismos que contarán con instalaciones para realizar congresos, convenciones y eventos de incentivos. Estimaciones de FITURCA (2019), refieren que en 2021 la oferta será de 23,084 cuartos (un incremento de un 96.3% respecto de 2010), lo cual ratifica la capacidad de resiliencia en materia turística de Los Cabos, con posterioridad al huracán “Odile”, evento que marca un antes y un después en la evolución y desarrollo de este destino turístico. La mayor parte de la oferta se concentra en el segmento de hoteles clasificados en las categorías diamante, gran turismo y 5 estrellas.

El turismo extranjero creció a una tasa de media anual del 8.3% en el periodo 2000 – 2015, y de 14.5 % a partir de 2015; el 86% de los visitantes son extranjeros (principalmente norteamericanos y canadienses) de ahí la elevada captación de divisas que genera este sector. Los Cabos es el destino mexicano con el gasto promedio medio por viaje más elevado con U\$1,430 dólares en 2018, (SECTUR, 2018) cifra superior al promedio registrado por todos los destinos nacionales.

Uno de los aspectos que hace que un destino sea atractivo para congresos, convenciones y reuniones de negocios, es la conexión aérea; Los Cabos, a la fecha, dispone de conectividad aérea con 36 destinos internacionales, lo que representa un panorama favorable para el desarrollo del turismo de reuniones.

Dentro de la tipología del TR en Los Cabos se destaca el segmento de turismo de incentivos, actividad que recibe entre el 10% y 20 % del turismo de incentivos a nivel nacional, además de contar con empresas con experiencia en su operación y personal capacitado para tal fin.

3.3. Infraestructura para Turismo de Reuniones

La moderna e innovadora infraestructura ha posicionado a Los Cabos como un destino líder en el sector del turismo de reuniones, dado el aumento en la construcción de nuevos desarrollos y complejos de lujo, restaurantes y locaciones únicas, ideales para cualquier tipo de evento o reunión.

En 2018, se realizaron en Los Cabos un total de 211 eventos de TR, lo que representa un 37% de incremento en referencia a los 174 registrados en 2107 FITURCA (2019); sin embargo, existen diversas modalidades de TR que no son registradas por parte de este organismo, dada la confidencialidad y estrategias de mercado de las empresas.

El Centro Internacional de Convenciones Los Cabos, inaugurado en 2012 para recibir la Cumbre del G20, cuenta con una superficie total cubierta de 12,840 metros cuadrados y capacidad para seis mil 500 personas; fue remodelado en 2017 y reabierto en abril de 2018.

Sin embargo, es importante mencionar que factores como la eliminación del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y la incertidumbre que existe en torno a la política pública en materia de turismo implementada por el actual gobierno federal, generan una serie de expectativas negativas; de acuerdo a especialistas en la materia, se prevé que estas medidas propiciaran una disminución del 20% en el turismo de reuniones (COMIR, 2019).

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

Como resultado de la entrevista focalizada y con base en el análisis de contenido, es posible señalar que en los Cabos está creciendo el segmento de mercado del TR. Como se mencionó, la subcategoría de turismo de incentivos ya tiene presencia en el mercado local, por lo tanto, lo que se requiere es complementar y fortalecer la subcategoría de congresos y convenciones en el destino.

El proceso de oferta y comercialización de congresos y convenciones de carácter internacional, así como la promoción del destino en este tipo de eventos las realizan las Meeting Planers, empresas especializadas en este tipo de eventos con capacidad de atender una amplia gama de tipos de categorías y de reuniones (por ej. médicas,

científicas, empresariales, agrupaciones religiosas, etc.), las cuales se realizan en intervalos regulares.

Considerando que este tipo de turismo es atemporal, genera beneficios adicionales, lo que propicia el desarrollo económico local y se convierte en una oportunidad para otros oferentes de productos y servicios relacionados, tales como artesanos, transportistas, servicios de amenidades, comercio, etc. En este sentido, uno de los problemas de Los Cabos lo representa el transporte del turismo, sin embargo, esta debilidad se convierte en área de oportunidad si se establecen acuerdos y medidas de regulación del transporte (y las aplicaciones tecnológicas), ya que en un destino que se vende como premium, se está enfrentando a fuertes problemas en el transporte de taxis, donde el costo es elevado o se realizan movimientos que afectan la imagen y operación del destino.

Se manifiesta positivamente –además del turismo de incentivos- el crecimiento del turismo de convenciones y congresos. Sin embargo, se deberá poner atención al crecimiento acelerado que se ha observado en los últimos años, para que la oferta no exceda a la demanda. También es conveniente tener en cuenta el replanteamiento de regulaciones en lo que compete a impuestos y facilidad para mover los itinerarios, sin que se vea afectada la economía del visitante y que son puntos que representan afectan al consumidor turístico.

El destino cuenta con atractivos naturales, infraestructura, servicios y grandes hoteles y resorts, con instalaciones para actividades relacionadas con el TR. No obstante, se necesita la profesionalización entre los actores de la cadena de valor del TR, así como también la protección de los atractivos naturales privilegiados con que cuenta la región y generar una identidad que identifique y posicione al destino en términos del mercado.

Un elemento crítico en el turismo de Los Cabos, lo constituye la notable diferencia que existe entre la infraestructura urbana y de servicios para los residentes respecto de la que corresponde al turismo, situación que genera marginación y que –al final de cuentas- termina afectando la imagen del destino, por lo que se requiere que el estado genere las políticas públicas necesarias y las inversiones que favorezcan el mejoramiento de la infraestructura urbana en general.

Los entrevistados refieren como desventajas: la falta de vías de comunicación para desplazar autobuses en las zonas turísticas; la adecuación de la legislación en materia de plataformas digitales que generan conflictos con los gremios locales y que afectan la movilidad vial; la falta de planeación en el desarrollo urbano ocasiona deterioro ambiental,

lo cual afecta el desarrollo sustentable del destino; las malas prácticas (y escasa regulación) entre los prestadores de servicios turísticos, repercuten –directamente- en el turista en materia de precios y calidad.

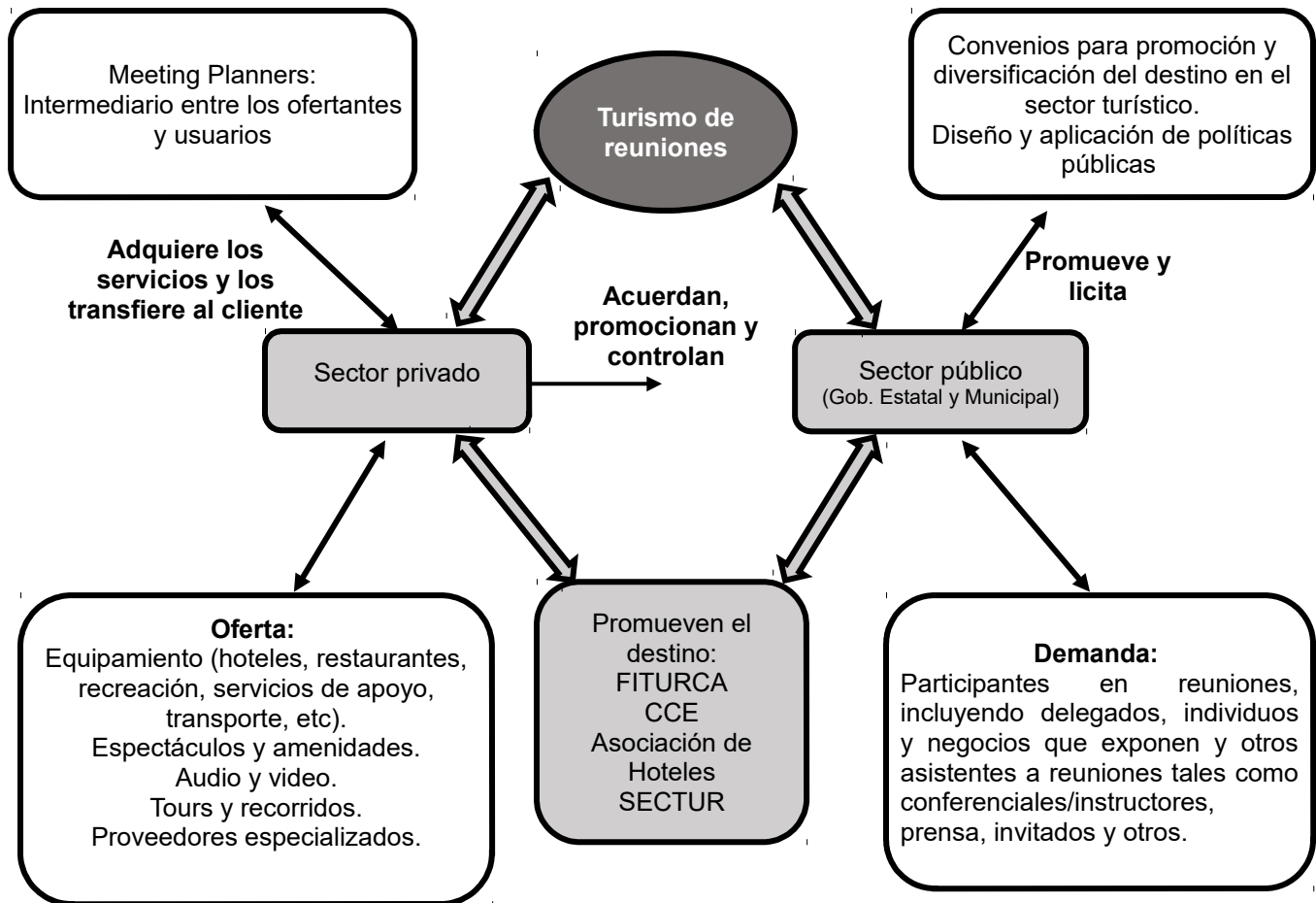
En general, entre los actores locales del desarrollo turístico en Los Cabos, se tiene una percepción optimista respecto del desarrollo y crecimiento del segmento del mercado de reuniones; se visualiza como una buena oportunidad económica para los servidores turísticos locales.

5. MODELO DE GESTIÓN

El modelo que se presenta, plantea que, tanto el sector público como el sector privado, deben trabajar en conjunto para posicionar el destino en el segmento de mercado del turismo de reuniones; el primero contribuyendo a las facilidades gubernamentales y legales necesarias para la operación de las empresas relacionadas con esta actividad, de tal forma que puedan ejercer su actividad de forma eficiente y eficaz. Por su parte, el sector privado debe proporcionar la diversidad de servicios e infraestructura, para que la oferta atienda –con calidad- la demanda específica del segmento en cuestión. Al respecto, es importante el papel que deben desempeñar instituciones como el Fideicomiso para la Promoción Turística de Los Cabos, el Consejo Coordinador Empresarial, la Asociación de Hoteles y la Secretaría de Turismo del Estado, por cuanto son los principales actores en el proceso de promoción del destino.

En cuanto a intermediarios, los Meeting Planners (nacionales e internacionales) son los organizadores de los eventos, por los que representan la conexión del destino con los clientes y –a su vez- contactan a los proveedores locales (Destination Management Company) que son los especialistas en diversos servicios turísticos del destino y cuya función es apoyar la operación y logística local de los eventos.

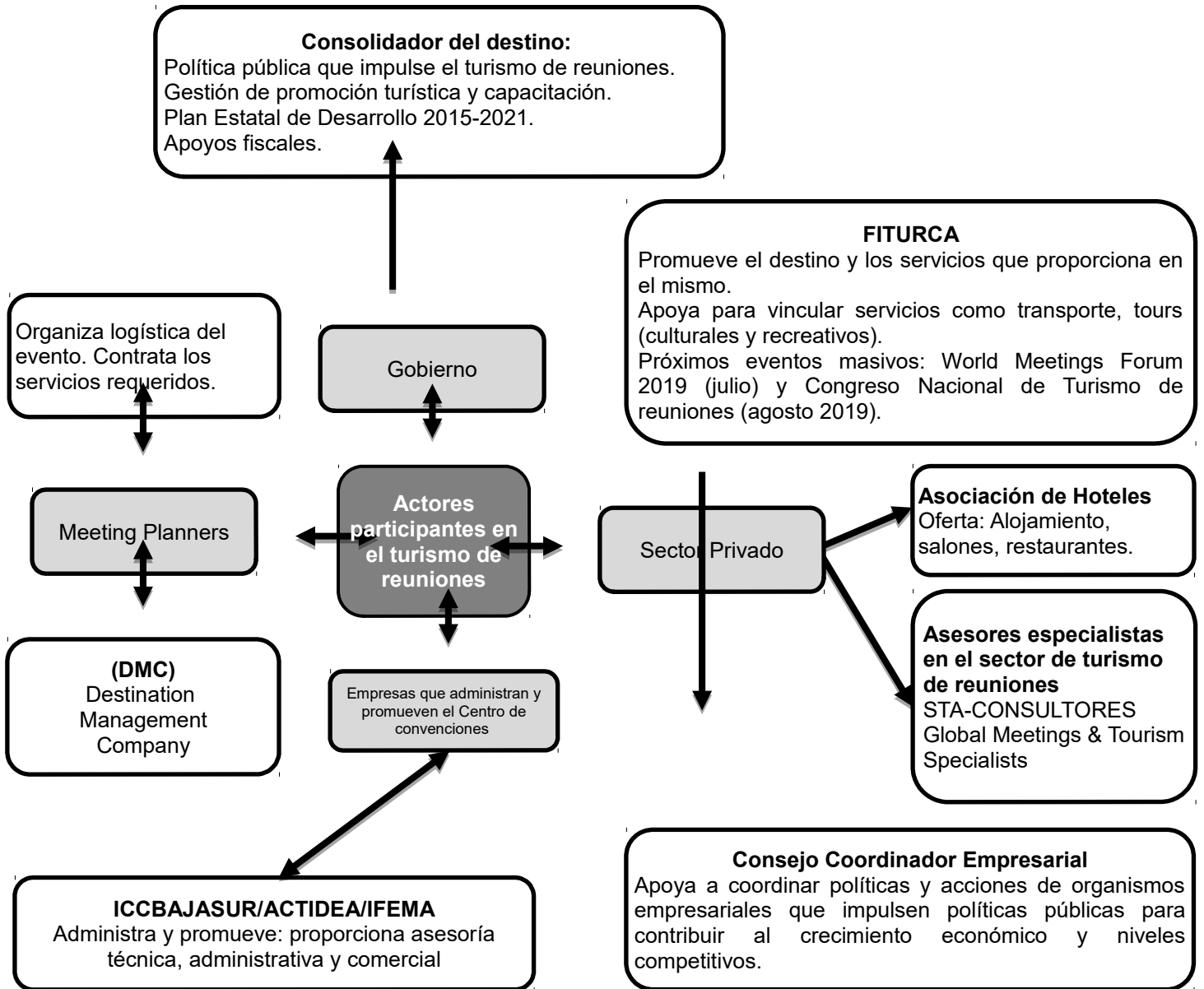
Figura 1. Modelo de gestión



Fuente: elaboración propia.

El modelo de los actores participantes en el turismo de reuniones (que en el caso de Los Cabos incluye congresos, convenciones e incentivos) depende de cuatro instancias que generan la dinámica relacional: las instituciones gubernamentales, los organismos representativos de la iniciativa privada ligada a la actividad turística, las empresas operadoras y promotoras del centro de convenciones de Los Cabos y las Meeting Planners (y su aliado operativo los DMC).

Figura 2. Modelo de actores participantes en el turismo de reuniones.



Fuente: elaboración propia.

6. CONCLUSIONES

Dentro de la tipología del turismo de reuniones, el de incentivos está bien posicionado con y se cuenta con DMC capacitados para su atención, en cambio el de congresos empieza a desarrollarse impulsado, principalmente, por la Asociación de Hoteles de Los Cabos. Por su parte, el turismo de convenciones y reuniones corporativas presenta perspectivas favorables de mercado en el destino. La reapertura del centro de convenciones será un parteaguas que facilitará el posicionamiento en el segmento de mercado del turismo de reuniones.

Existe consenso entre los expertos entrevistados que se requiere de más especialistas de prestadores de servicios (traductores, producción en decoración, banquetes) en el destino para complementar la oferta hotelera; los congresos y convenciones requieren de otros servicios adicionales, para los que todavía no se preparan profesionistas o requieren especialización. Por tanto, se requiere implementar más programas de capacitación para preparar recursos humanos en los servicios turísticos especializados en la atención de los servicios que requiere este segmento de mercado.

Se requiere crear una identidad turística, que permita caracterizar el destino y posicionar dicha imagen con una fuerte campaña de marketing en los mercados internacionales del turismo de reuniones.

Para avanzar en el desarrollo del turismo de reuniones, es fundamental mejorar la coordinación entre los tres órdenes de gobierno y el sector privado; fortalecer la gobernanza en las instituciones del sector; impulsar el trabajo transversal con instituciones económicas y académicas; mejorar el marco regulatorio que rige la operación de los prestadores de servicios e impulsar la promoción turística especializada.

7. BIBLIOGRAFÍA

COMIR. (2019). Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones. Recuperado de <http://www.comir.org.mx/>

- FITURCA. (2019). Observatorio Turístico de Los Cabos, marzo 2019. Fideicomiso Turístico de Los Cabos. Recuperado de <http://fiturca.com/wp-content/uploads/2019/03/Estadísticas-Marzo2019.pdf>
- ICCA. (2017). ICCA Statistics Report. Country & City Rankings, Public Abstract. Recuperado de <https://www.iccaworld.org/>
- Montaño A., Ivanova, A., & Serrano, R. (2017). Desarrollo de destinos turísticos consolidados: una visión desde la sustentabilidad y resiliencia. La Paz, B.C.S.: UABCS
- OCDE. (2017). OCDE Estudios en Turismo Estudio de Política Turística de México. Ciudad de México: SECTUR.
- Organización Mundial del Turismo (2014), AM Reports - Miembros Afiliados, Volumen siete - Informe global sobre la industria de reuniones; OMT, Madrid
- SECTUR, CESTUR, CPTM & AMEREF. (2011). La operación y funcionamiento de los centros de convenciones en México y la estimación de su significancia económica. México D.F.: Secretaria de Turismo, Centro de Estudios Superiores en Turismo, Asociación Mexicana de Recintos Federales A.C
- SECTUR. (2018). Visión global del turismo a México; Análisis de mercados, perspectivas del turismo mundial. Ciudad de Mexico: Secretaria de Turismo.
- UNWTO. (2008). Global Meeting Initiative; _basic concepts and definitions. Department of Statistics and Tourism Satellite Account. Madrid: UNWTO.
- World Travel and Tourism Council. (28 de junio de 2019). Country Analysis. (2019). Recuperado de <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-reports/>

EL MODELO DE MEDICIÓN DE CAPITAL INTELECTUAL HOTELERO (THER) EN EL SECTOR ALOJAMIENTO DE LA CIUDAD DE SAN MARTÍN DE LOS ANDES- PATAGONIA- ARGENTINA

Mg. Lorena Lombardo¹
Mg. Cristian Falquemberg²
Mg. Gabriela Marenzana³
Mg. María Alejandra Gazzera⁴

Resumen

El presente trabajo resalta la necesidad que poseen las empresas en general y en particular de alojamientos turísticos de la ciudad de San Martín de los Andes, acerca de la importancia de administrar el conocimiento, gestionarlo, medirlo y convertirlo en ventajas competitivas, como así también la importancia de generar ideas e innovaciones que agregan valor y calidad, a partir de la gestión de los clientes internos de la organización (capital humano), de todas las áreas de la organización (capital estructural), de su tecnología (capital tecnológico), incluyendo las relaciones con el entorno, y más específicamente con los agentes económicos que participan en las diferentes fases de la cadena de valor en la prestación de un servicio: (capital relacional), con el objeto de brindar los mejores productos y/o calidad de servicio.

Se presenta la herramienta *THER*, modelo de medición de Capital Intelectual Hotelero, cuyas siglas significan Tecnológico, Humano, Estructural y Relacional de negocios, creado por el con el objetivo de lograr una aproximación de medición del capital intelectual y proporcionar una base para una evaluación objetiva y cuantitativa que permita establecer una hipótesis del valor total, al que es equivalente la cantidad y calidad de capital intelectual que cada empresa hotelera posee, El modelo propuesto, responde a un proceso de identificación, selección, estructuración y medición de activos intangibles hasta ahora no evaluados de forma estructurada por las empresas hoteleras de la Patagonia, Argentina.

1Facultad de Turismo-UNCo lorenalombardonqn@gmail.com

2Facultad de Turismo- UNCo cfalquemberg@gmail.com

3Facultad de Turismo- UNCo gmarenzana@yahoo.com.ar

4Facultad de Turismo- UNCo alegazzera@gmail.com

Palabras claves: capital intelectual- modelo- medición- sector hotelero- competitividad

Abstract

This work highlights the need for companies in general and in particular tourist accommodation in the city of San Martín de los Andes, about the importance of managing knowledge, manage it, measure it and turn it into competitive advantages, as well as the importance of generating ideas and innovations that add value and quality, from the management of the organization's internal clients (human capital), from all areas of the organization (structural capital), from its technology (technological capital), including the relationships with the environment, and more specifically with the economic agents that participate in the different phases of the value chain in the provision of a service: (relational capital), in order to provide the best products and / or quality of service .

The THER tool is presented, measuring model of Intellectual Capital Hotel, whose acronym stands for Technological, Human, Structural and Relational business, created by the aim of achieving an approximation of measurement of intellectual capital and provide a basis for an objective evaluation and quantitative that allows to establish a hypothesis of the total value, which is equivalent to the quantity and quality of intellectual capital that each hotel company possesses. The proposed model responds to a process of identification, selection, structuring and measurement of intangible assets until now evaluated in a structured way by the hotel companies of Patagonia, Argentina.

Key words: intellectual capital- model- measurement- hotel sector- competitiveness

INTRODUCCIÓN

La competencia basada en conocimiento es tanto para académicos como para administradores, un área de intenso interés estratégico (McEvily y Chakravarthy, 2002: 285). La globalización de los mercados, complementado por la continua evolución tecnológica y de comunicación entre otros, están cambiando de manera fundamental la estructura competitiva de los mercados y por ende de las empresas a un ritmo tan acelerado, que las fuentes de ventajas competitivas tradicionales ya no son suficientes. Existe un conjunto de activos intangibles que en muy pocos años, pasarán a ocupar el lugar de vanguardia en cuanto a su valor e importancia, por lo que la gestión operativa y estratégica de los mismos, será vital para fortalecer la competitividad de las mismas (Gazzera, Lombardo et al 2016:15)

El modelo de medición de capital intelectual hotelero THER, que fue generado a partir de la investigación que da origen este artículo, se visualiza como una oportunidad concreta de diagnóstico y gestión de los activos intangibles, contribuyendo de esta manera con la competitividad de la empresa hotelera.

OBJETIVO

Aplicar un método que permita realizar un diagnóstico de los recursos intangibles del capital intelectual en empresas hoteleras de San Martín de los Andes desde la perspectiva de la innovación con el fin de potenciar la competitividad y la toma de decisiones estratégicas del sector.

METODOLOGIA:

El modelo THER para hoteles categoría 4 y 5 estrellas, responde a un proceso de identificación, selección, estructuración y medición de activos intangibles de manera estructurada; este se orienta a medir el capital intelectual y así mejorar la información relevante para la gestión de la empresa, teniendo en cuenta la perspectiva interna.

En este marco y a partir del trabajo realizado con la metodología de asociación forzada y luego libre aplicada a gerentes y dueños de hoteles, en la que se trabajó en base a capitales, variables e indicadores, surgió un modelo compuesto por los capitales, relacional, humano, tecnológico y estructural con sus respectivas variables e indicadores.

A partir del trabajo realizado, en las empresas hoteleras de los principales destinos turísticos de la Patagonia Argentina, se obtuvo un modelo que consistió en un proceso de identificación, selección, estructuración y medición de los activos intangibles, en un sector que hasta ahora no contaba con una herramienta para realizar una evaluación estructurada.

La parte inicial del proceso de diagnóstico de recursos intangibles de empresas hoteleras de San Martín de los Andes, comprendió la realización de un relevamiento del total de hoteles 5 estrellas; 4 estrellas y 3 estrellas. Igualmente se releva el total de los apart hotel 3 estrellas. Se utiliza carta formal, contacto telefónico y mediante correo electrónico se enlaza el cuestionario en google drive para ser completado por cada dueño/gerente de los diferentes tipos de establecimientos.

El objetivo del cuestionario aplicado fue relevar toda información que deje constancia sobre la gestión del Capital intelectual como generador de ventajas competitivas en el sector de alojamiento, constatando los mecanismos que favorecen la generación de

conocimiento, los mecanismos que brindan información hacia adentro y hacia afuera de la empresa y el aprovechamiento de la tecnología.

De los 65 alojamientos hoteleros, se obtuvieron 30 encuestas, correspondiente al 46,15% del total, durante el mes de junio de 2018. Se decidió tomar el universo total de cada clase y categoría de establecimiento, en función de la mortandad de respuestas que se estimaba como probable.

Para el análisis y procesamiento de datos, se utilizó la herramienta SPSS estadistic editor, en su versión 23. Los estadísticos seleccionados fueron: el Alfa de Cronbach para el modelo THER, está próximo a 1, lo que implica que hay una consistencia interna elevada, entre todos los ítems analizados.

A través de la Prueba T, esta herramienta estadística, se pudo tomar un primer contacto con los intervalos inferiores y superiores de cada una de las dimensiones e indicadores, teniendo un primer panorama de los indicadores del capital intelectual que son gestionados correctamente por la empresa y los que ameritan atención.

RESULTADOS

El análisis que a continuación, se realiza a partir de los datos obtenidos mediante la realización de una encuesta efectuada a 30 gerentes de alojamientos de San Martín de los Andes, de las clases Hotel, Hostería y Apart Hotel.

1. Importancia y Estrategia de Capital Intelectual

En cuanto al reconocimiento de la importancia del capital intelectual como fuente de incremento de la competitividad en el mercado, el 60% de los gerentes indicaron estar de acuerdo con esta afirmación y el 30% estar totalmente de acuerdo; el restante 10%, manifestó no estar de acuerdo ni en desacuerdo. De esta forma se observa con claridad el reconocimiento del capital intelectual por parte de los referentes de alojamientos en relación a la competitividad del establecimiento.

ANÁLISIS DE CAPITALES

1.1. Capital Estructural

Para el caso de contar con una misión definida en la empresa, el 25% de los gerentes manifestó estar de acuerdo, seguidos por los que estaban totalmente de acuerdo y representaban un 54%; solo una pequeña minoría que alcanzaba al 10% indicó no estar de acuerdo, es decir que no poseen una misión definida; el 13% restante indicó no estar de acuerdo ni en desacuerdo. Se pudo interpretar que la misma se compone de las premisas básicas del establecimiento, pero también que los gerentes se ponen a pensar en la misma y a dilucidarla al momento de preguntar sobre la misma. Es decir que no es algo claro y concreto en la mayoría de los establecimientos abordados.

Para la mayoría de los casos, la comunicación no es un problema dentro de la empresa abarcando estos el 66%, aunque los que optaron por estar de acuerdo superan a los que están totalmente de acuerdo alcanzado los primeros un 53% del total. En cuanto a canales escritos que se utilizan para la comunicación, es superior el caso de los que están de acuerdo o totalmente de acuerdo sumando un 56%, aunque se debe destacar que para esta afirmación los que están en desacuerdo representan aproximadamente un 27%, que sumados a los que no están de acuerdo ni en desacuerdo suman un 40% en total, indicando de esta forma ciertas carencias para el caso de la comunicación escrita, al menos para una cierto número de establecimientos, en los que predominaría la informalidad para este aspecto.

Con respecto al organigrama, el 63% de los establecimientos indicó contar con el mismo, aunque de acuerdo a las respuestas restantes un 33% no poseería un organigrama. Se puede interpretar que los establecimientos más pequeños en cantidad de plazas y personal, son los que no desarrollan organigramas.

La descripción de los puestos dentro del establecimiento si bien se da en el 63% de los casos, también es notoria la falta de la misma y desconocimiento al respecto para el caso de aproximadamente el 37% de los establecimientos. El 50% de los establecimientos cuentan con un plan de incentivos no monetario para el personal, aunque es de destacar que 27% no lo posee. Además es importante tener en cuenta que en muchos casos, los que manifestaron otorgar incentivos, lo hacen de una manera informal y no planificada.

El 80% de los establecimientos les otorga autonomía a los empleados para llevar a cabo sus funciones; por otra parte si bien en la mayoría de los casos existe supervisión de estrategias asignadas, el 33% no supervisa en este aspecto al personal.

Los establecimientos cuentan con alguna certificación de calidad en un 63% de los casos (aunque estas no resultan actuales, sino que son de programas que participaron hace tiempo); por otro lado, un 27% no cuenta con ninguna certificación de calidad. La mayoría de los establecimientos valoró la importancia de los programas de calidad, aunque indican que no hay oferta actualmente al respecto en el destino. El 70% de los establecimientos realiza acciones de responsabilidad social, aunque un 20% indicó no hacerlo. Se pudo detectar además que los que realizan acciones en la mayoría de los casos, no lo hacen de manera planificada y como política establecida y planificada, sino aleatoria, con escasa planificación y seguimiento.

El 60% de los gerentes indicó que trabaja en estrategias de innovación y renovación de ideas a nivel organizacional, aunque es de destacar que el 23% no lo hace. Se mencionó en la mayoría de los casos, que es difícil hacer que los empleados se adapten a nuevas estrategias de innovación y renovación de ideas. Según el 80% de los gerentes, las ideas de innovación surgen internamente desde la empresa hotelera, y la mejora continua es un aspecto que se trabaja en el 60% de los casos.

En cuanto a la realización de alianzas con otras empresas, es similar el número de establecimientos que lo hacen, de aquellos que no lo aplican con un 50% en cada caso. Se ha comentado por algunos gerentes que es difícil lograr alianzas con otras empresas hoteleras del destino, y que no existe una gran confianza entre las mismas. En muchos casos se trabaja en forma individual y no colaborativa.

El 40% de los establecimientos no recurre a organismos públicos para capacitarse, aunque un 40% si lo haría. Se ha manifestado en algunos casos, que las capacitaciones muchas veces no se adaptan a las características del destino.

1.2. Capital Humano

La educación formal de los empleados es de nivel medio en la mayoría de los establecimientos alcanzando en este caso el 83%; en los restantes no se alcanza esta condición. En cuanto formación universitaria el 60% de los gerentes indicó contar con algunos profesionales universitarios; para el caso de posgrados, solo el 30% manifestó contar con personal que posee algún posgrado. Es importante mencionar que si bien se dieron bastantes menciones para nivel medio y universitario, los gerentes en las entrevistas aclararon que la formación está relacionada con los puestos y aéreas, mencionando que para la parte de pisos y mucamas, muchas veces no se alcanza la

formación media, de la misma forma que en mantenimiento. Para otras áreas como recepción, en la mayoría de los casos tienen formación media y en otras pocas universitaria.

En cuanto a la evaluación del desempeño del personal, esto se da en el 67% de los establecimientos, aunque es de destacar que en la mayoría de los casos se contestó estar principalmente de acuerdo con ello, siendo muy pocas las veces que se comentó estar totalmente de acuerdo alcanzando a un 7% del total de menciones. Dado esto, la evaluación del desempeño puede que sea realizada de una manera no estandarizada y un tanto informal.

En el 37% de los casos no se destinan ingresos para capacitar al personal, y en cuanto los requerimientos en el momento de reclutamiento sobre alguna carrera relacionada con el turismo, resulta pareja la situación entre aquellos que lo requieren y los que no lo requieren, en total los que requieren formación en turismo suman el 47%. Se ha mencionado en algunos casos, que es requerida formación para los puestos de recepción, pero no así para mucamas.

Para el 73% de los casos, el personal se adapta a los cambios frente a nuevas tecnologías de gestión que incorpora la empresa, y este valor aun aumenta para el caso de la creatividad del personal en el 83% de los casos, las propuestas de ideas de mejoras del personal son evaluadas por el dueño o gerente de la empresa, aunque se da que no existe un sistema de premios a dichas ideas desde la gerencia alcanzando un 40% de los casos, y resultando notorio además que un 33% manifiesta indecisión, indicando no estar de acuerdo ni en desacuerdo en relación a que se premien las ideas.

Para el 63% de los gerentes, se estimula al personal a adaptarse a los cambios, pero se dan casos en que se mencionó no estimular al personal que en total suman un 13% y también en otros manifestaron indecisión al respecto alcanzando un 20%. En un 97% de los casos el staff del establecimiento trabaja colaborativamente con el resto de los integrantes, aunque el intercambio de conocimientos e información se da en gran medida pero claramente no en todos.

En cuanto al fomento de personas con actitudes de liderazgo, aproximadamente el 35% manifestó estar de acuerdo, aunque un 33% manifestó no estarlo. Se destaca con claridad dado las respuestas, que salvo algunas excepciones el personal del establecimiento no participó en la definición de la misión del mismo alcanzado al 60% del

total, aunque en el 80% de los casos, se trabaja para que el personal se sienta parte de la empresa. Varios gerentes indicaron que las acciones para que el personal se sienta parte de la empresa se desarrollan de manera informal y no planificada, pero que de alguna manera se aplican para fidelizar a las persona y que perduren en el establecimiento. Un indicador de esto, es que la mayoría mencionó estar de acuerdo con un 40% del total, y en menor medida totalmente de acuerdo alcanzando al 13%.

Si bien se ha mencionado en un 53% que se llevan a cabo actividades para que el personal permanezca en la empresa, resulta significativo el número que se conforma entre los que manifiestan no estar de acuerdo ni en desacuerdo con ello sumando un 47% del total de menciones, incluyendo en este valor a los que no realizan actividades. Los gerentes comentan que estas acciones las hacen de manera aleatoria y no estandarizada en la mayoría de los casos.

Es notoria la estimulación del compromiso y colaboración del personal para la consecución de objetivos, dado que representa al 83% de los casos, como así también la evaluación del rendimiento y productividad, que alcanza valores similares en este último caso un 67%. En el 53% de los establecimientos se plantean estrategias para fortalecer la relación jefe empleados, en cuanto a satisfacción laboral, rendimiento y compromiso, pero es significativo el número de establecimientos en que se manifestó no estar de acuerdo ni en desacuerdo con ello, alcanzando aproximadamente el 30%.

En el 80% de los casos, los empleados contratados en temporada alta ya habían trabajado en el establecimiento y en un 73%, consideran que es valiosa la capacitación que brindan los organismos vinculados al sector. Se puede destacar, que se comentó que la oferta de capacitación es escasa y muchas veces no se adapta a los requerimientos de los establecimientos de alojamiento del destino.

1.3. Capital Relacional

Cerca del 70% de los gerentes indicaron tener una base de datos de los clientes que da cuenta de su perfil como consumidor. Es de destacar que en la mayoría de los casos, comentaron contar con la base de datos de clientes, pero que la misma contaba principalmente con la información básica de cada cliente, y no tanto sobre sus gustos, motivaciones, perfiles, etc.

El 90% reconoció la importancia de tener un sistema de medición de la satisfacción de clientes. En la mayoría de los casos, se comentó que esta información se obtiene a través de la valoración y puntuación de realizan los sitios más importantes de reservas de alojamiento.

El 40% de los gerentes indicaron que no promueven las reuniones con proveedores con el objetivo de mejorar la prestación de los servicios, aunque se dan algunos casos en que esto se realiza alcanzando al 33%; los que consideran que no resulta necesario contar con contratos firmados con los proveedores alcanzan al 43%, aunque más del 70% si considera que la capacidad de respuesta del proveedor es valorada por la empresa. De igual manera la mayoría valora tener proveedores habituales con un 63% del total. Por otra parte el 47% cree importante establecer alianzas con el proveedor, y solo el 33% le da importancia a la formalización de las alianzas.

Los gerentes que están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la vinculación con universidades, institutos de investigación y centros de capacitación suman un 50% y los que lo valoran como una instancia positiva para el establecimiento representan también a un 50% de los mismos. La colaboración entre empresas y los competidores es valorada como producto de las relaciones positivas entre los mismos para el 60% de los casos, aunque suman 40% aquellos que están en desacuerdo con ello o mencionan no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

1.4. *Capital Tecnológico*

De acuerdo a la opinión de los gerentes, más del 90% de estos, están totalmente de acuerdo o simplemente de acuerdo en que el establecimiento considera necesario valerse de información del entorno a través de las redes sociales, aplicaciones multimedia, web mail y otros. De la misma forma, consideran en su gran mayoría que la empresa necesita contar con sistemas informáticos para la automatización de los procesos internos, alcanzando a un total del 86% de gerentes. También se manifestó en varios casos, que los empleados son un tanto resistentes a los cambios en tecnologías, procesos, etc.; siendo este un aspecto que cuesta trabajar y superar en los establecimientos. Por otro lado, surgió que el 60% realiza renovación de tecnología cada dos años, y para el 70% es importante el desarrollo de tecnología en el establecimiento.

CONCLUSIÓN

La oferta hotelera se enfrenta cada vez más a clientes exigentes, con mucha información y por lo tanto solicitan mayor flexibilidad en la prestación de los servicios; mientras que los empresarios presentan en principio un desconocimiento en la gestión de los intangibles y sus interrelaciones, para obtener mayor eficiencia y competitividad

Resultó relevante la identificación de las variables de capital intelectual consideradas como adecuadas para explicar las capacidades dinámicas en los hoteles de SMA demostrando que el 71% de los indicadores, no es gestionado correctamente y tampoco incorrectamente y un 16% no se gestiona correctamente el indicador.

Analizados los resultados por tipo y clase de categoría de alojamiento, no resultó al menos en esta etapa, niveles significativos de diferenciación que ameritaran realizar una comparación entre ellos. Esto podría ser un punto de partida para profundizar en futuras investigaciones, así como su implementación y comparación en otros destinos turísticos.

El cambio de paradigma en la forma de entender a las organizaciones estaría de la mano de reforzar las capacidades en empresarios y personal comprometido, observar el nicho de mercado con el que pueden entablarse relaciones duraderas, desarrollar una estructura que permita la innovación y fácil adaptación al contexto, generar productos y servicios innovadores y utilizar el capital intelectual como ventaja competitiva, de acuerdo al tipo de estrategia definida.

BIBLIOGRAFÍA

Arango, M.D., Pérez, G. y Gil, H. (2008). *Propuestas de modelos de gestión de capital intelectual: Una revisión*. Contaduría Universidad de Antioquia”, pp 52, 105-130.

Falquemberg, C. (2013). Fortalecimiento de la Gestión y Competitividad. Un estudio de los Pequeños y Medianos Alojamientos de San Martín de los Andes. *Revista Electrónica CECIET- ISSN L 1852 4583- Año III- Volumen III*. Disponible en <http://www.ceciet.com.ar/revista.php?id=3>

Gazzera, M. A., Lombardo, L., Falquemberg, C., Abraham, C., Quadri, F., & Marenzana, G.

(2016). *Modelo “Ther” de Capital Intelectual Hotelero: Una aproximación para su medición*. Río Negro. Ed. Publifadecs.

Hamel, G. y Breen, B. (2007). The Future of Management. *Harvard Business Review Press*. 17 (3), pp 116-148

Kim, Taegoo Terry & Yoo, Joanne Jung-Eun& Lee, Gyehee. (2011). The HOINCAP scale: Measuring intellectual capital in the hotel industry. *TheService Industries Journal*.

Marzo, G. y Scarpino, E. (2016) Exploring intellectual capital management in SMEs". An in-depth Italian case study. *Journal of intellectual capital*, 17(1), pp 1-20

Mcevily, S. K. Y Chakravarthy, B. (2002): "The persistence of Knowledge-Based advantage: An empirical test or product performance and technological knowledge", *Strategic Management Journal* vol. 23, n. 4, pp 285-305

Millán García, C., Gómez Díaz, M., y Vargas Martínez, E. Gestión del capital intelectual (CI) dinámico en la hotelería, una reflexión teórica. *Teoría y Praxis* [en línea] 2017, (Mayo-Agosto): [Fecha de consulta: 26 de abril de 2019] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456152576005>>ISSN

Winter, S.G. (2003). Understanding Dynamic Capabilities. *Strategic Management Journal*, vol. 24, *Special Issue*, pp 991-995

Yáñez Arena, T. (2012) Diseño de un método para diagnosticar el capital intelectual de una región- Aplicación a la región de Valparaíso-Chile. *Tesis Doctoral en Ciencias Económicas y Empresariales 2001-2003 Universidad de Barcelona*. Disponible en <http://www.tdx.cat/handle/10803/1>

Yepes, J. y Sánchez, L. (2000). *La Teoría De Los Recursos Y Capacidades De La Empresa*. Universidad de Murcia, España

Zahra, S.A.; Sapienza, H.J.; Davidsson, P. (2006). Entrepreneurship and Dynamic Capabilities: A Review, Model and Research Agenda, *Journal f Management Studies*, vol. 43, n° 4, pp 917-955.

Zeglat, D., & Zigan, K. (2013). Intellectual capital and its impact on business performance: Evidences from the Jordanian hotel industry. *Tourism and Hospitality Research*, 13(2), pp 83–100

Zollo, M.; Winter, S.G. (2002). "Deliberate Learning and the Evolution of Dynamic Capabilities", *Organization Science*, vol. 13, n° 3, pp. 339-351.

ASPECTOS CLAVES PARA LOGRAR LA EFICIENCIA ENERGETICA EN CABAÑAS HOTELERAS. UN DIAGNOSTICO PARA UN CASO CONCRETO.

Tec. Superior en energías renovables Dabruzzo Valeria Rocio.

Universidad Catolica de Cuyo, valeriarocio_1@hotmail.com

Resumen:

El propósito de esta charla es transmitir la importancia de aplicar medidas de eficiencia energética en complejos hoteleros, para disminuir el consumo de energía convencional y reducir el gasto económico q el mismo representa. Contribuyendo a la conservación del medio ambiente como a la economía del emprendimiento.

La energía es fundamental para las operaciones de una organización y puede representar un costo importante para estas, independientemente de su actividad. Además de los costos económicos, la energía puede imponer costos ambientales y sociales por el agotamiento de los recursos y contribuir a problemas tales como el cambio climático.

Se puede decir que la gestión de energía en hoteles es una estrategia o un camino, para lograr el uso eficiente de la energía en el establecimiento, implementando equipamiento y políticas que permitan reducir el consumo energético por unidad de producción, sin interferir en las comodidades ofrecidas.

El trabajo consiste en un diagnostico energético que se ha realizado en una cabaña hotelera concreta ubicada en Potrero de los Funes, San Luis, Argentina, y en base a los resultados obtenidos, se muestra como aplicando distintas medidas de eficiencia energética en cada área del establecimiento, se puede reducir drásticamente el consumo energético actual.

Palabras Claves: Hotelería Sustentable, Eficiencia Energética, Medio Ambiente, Ahorro Energético.

Introducción

Desde 1972, las Naciones Unidas reconocieron oficialmente que el medio ambiente es crucial para el desarrollo humano y se tomó conciencia de que se estaba pasando por una crisis ambiental a nivel global, que ya no se podía considerar el desarrollo solo desde el punto de vista económico, sino que era imprescindible tener en cuenta también el pilar medio ambiental y social.

En 2015, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), propuso la Agenda 2030 con 17 objetivos sostenibles, que tienen por objeto guiar las políticas de los países miembros, para lograr un desarrollo sostenible a nivel mundial. Dentro de estos, y a los fines del presente trabajo, podemos destacar “Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos” y “Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos”.

El cambio de paradigma del desarrollo sostenible, influenció también a la actividad turística, que según estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), tiene una participación del 5% en la emisión de gases de efecto invernadero a nivel mundial.

El turismo sostenible implica un nuevo ángulo para desarrollar la actividad turística en donde se consideran plenamente las repercusiones económicas, sociales y medioambientales, buscando satisfacer las necesidades actuales y futuras de todos los sectores implicados.

La sociedad ha mejorado su nivel de conciencia ambiental y esto se ve reflejado en las decisiones que toma cuando realiza turismo. Según las estadísticas expuestas por Jorge Valina director de Sostenibilidad y Turismo de Hoteles más Verdes en 2013, uno de los buscadores de reservas más utilizados en el mundo Trip Advisor, muestra que cada vez son más los consumidores que a la hora de elegir, prefieren a las empresas y

destinos que son responsables con sus procedimientos. Un 71% de los viajeros a nivel mundial estaba planeando viajes a destinos sustentables, un 79% declara que las prácticas eco sostenibles en los alojamientos son importantes y un 34% de los clientes pagaría más por un hotel responsable.

Aplicar el concepto de sustentabilidad en una empresa, provoca con el tiempo una mejora en la organización, reduciendo los gastos energéticos y propiciando empleados más felices y satisfechos. Con una mejora en la gestión de los recursos se puede lograr un valor diferencial, por el que ya se ve la tendencia de preferencia en los consumidores.

Objetivos

Objetivo General:

Analizar la gestión de la energía en una cabaña hotelera concreta de la localidad de Potrero de los Funes, departamento Juan Martín de Pueyrredón de la provincia de San Luis, y proponer posibles propuestas de eficiencia energética.

Objetivos específicos:

- Establecer las características de la gestión de la energía.
- Releva el equipamiento de una cabaña hotelera que se encuentre en la localidad de Potrero de los Funes.
- Identificar la política sustentable de la empresa, para educar o aconsejar en el buen uso de la energía a los huéspedes y empleados.
- Analizar el estado de situación del uso de la energía en el establecimiento estudiado.
- Sugerir acciones de mejora, cuantitativa y cualitativamente, en función al diagnóstico realizado.

Metodología

Este trabajo es un tipo de investigación descriptiva ya que está basada sobre la interpretación de una realidad de hecho, y no experimental ya que se limitará a observar los acontecimientos sin intervenir en los mismos. Los recursos de donde se obtiene la información, son de fuentes mixtas. Una investigación documental realizada a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, registros, etc.), y a su vez una investigación de campo que se efectuará en el lugar del objeto de estudio (la cabaña hotelera elegida).

Resultados y/o conclusiones

A partir del desarrollo de este trabajo, se pudo comprobar que: a partir de relevar el uso y equipamiento energético de cada área: *iluminación, electrodomésticos, climatización, calentamiento de agua sanitaria, envolvente del edificio, usos y costumbres de empleados y concientización de huéspedes*, se puede analizar la gestión de la energía en la cabaña hotelera estudiada, y por extensión en la industria hotelera.

Después de comparar el uso actual de la energía en cada área, con el más eficiente de sus escenarios posibles en la cabaña estudiada, se pudo ver que existe un amplio desfasaje o brecha entre ambos.

Si analizamos el desfasaje la situación inicial identificada en cada ítem de consumo, coincide con lo que ocurre en la mayoría de los edificios habitables: En invierno la calefacción es el gasto que representa mayor consumo energético (60 %) , seguido por el calentamiento de agua (28 %), siendo la luminaria (8%)y la refrigeración- heladera (4%) los menos representativos. En verano el gasto más representativo es el calentamiento de

agua (46%), seguido por la iluminación (28%), y por ultimo en partes iguales la climatización (13%), y la refrigeración (13%).

Por lo que, si se quisiera empezar a reducir en gran magnitud los gastos energéticos de un establecimiento hotelero, se tendría que empezar por analizar el área de calefacción y/o el calentamiento de agua, que son los que tienen más impacto sobre el consumo.

En el caso estudiado, el gasto de calefacción que, como se dijo anteriormente, representa un 60% del consumo energético para los meses de invierno; si se compara la magnitud de este gasto estacionario mensual con el consumo energético total de los meses de verano, lo supera en un 200 – 300%. Siendo el área más ineficiente de todas.

En la identificación de oportunidades de mejoras, se pudo ver que con la implementación de una tecnología más eficiente en calefacción, se reduce aproximadamente en un 50% el consumo energético en invierno. Y para el calentamiento del agua: con la implementación de tecnología de energía renovable, en este caso un calefón solar, se reduciría en un 50% los consumos en verano y un 27% en invierno.

En el área luminarias, se justifica el recambio inmediato de focos, cuando la diferencia entre uno y otro es de 10-1 o 7-1 más eficiente, como es el caso de las convencionales o halógenas con relación a las LED. Cuando la diferencia es de 2-1, (caso bajo consumo – LED), no vale la pena que se realice solo por reducir el consumo sobre todo cuando la construcción tiene muy buena iluminación natural y las horas de uso de las lámparas son muy escasas como para marcar un resultado importante en el balance final.

Por otro lado, se ve cómo influye la aplicación de foto sensores que si bien son muy útiles, ya que se accionan solos, sin necesidad de presencia de personas, hay que evaluar bien en qué ocasiones se usan y si es realmente necesario que los focos que conectamos al foto sensor estén prendidos durante tantas horas, todos los días, incluso si

no hubiera ocupación. En este caso prestar atención a este aspecto, fue uno de los que más redundó en ahorros con respecto a la luminaria. Por lo que se puede ver que la forma de uso que se le da al equipamiento, también marca una gran diferencia en la reducción del consumo.

En cuanto a la refrigeración (heladera), es importante comprar eficientemente en el momento inicial, ya que luego, reemplazar el equipo lleva una inversión muy grande, por lo que cabe remarcar que a la hora de comprar: se debe basar la decisión de compra en el índice de eficiencia energética del equipo, y no en el precio.

Se puede ver que la eficiencia energética y la implementación de energías renovables es una buena manera de disminuir el consumo energético en la industria hotelera, sin variar el nivel de servicios ofrecidos. Sin embargo hay que tener en cuenta que en la hotelería la educación y concientización al huésped y al personal, es igual o más importante que lo anterior, ya que de nada sirve tener un equipamiento eficiente o renovable si se sigue derrochando en cuanto a hábitos de consumo.

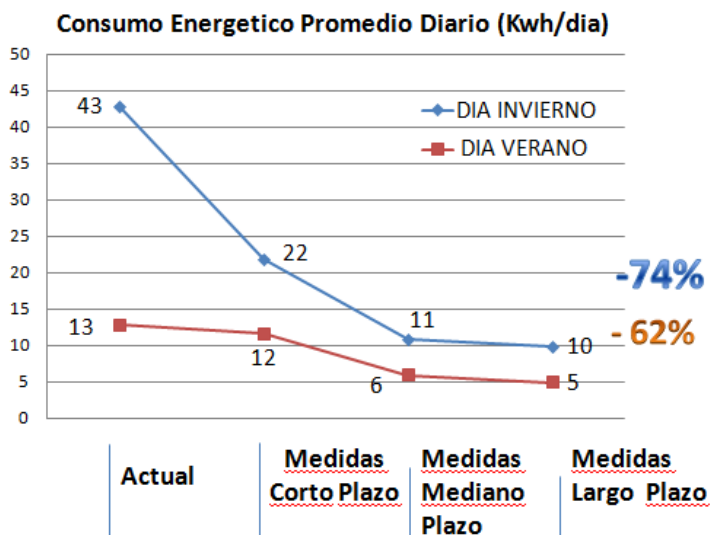
La implementación de medidas de eficiencia energética y energías renovables, para que se realice a gran escala, tiene que venir necesariamente de la mano de una política gubernamental, que propicie el cambio de tecnologías convencionales por aquellas más eficientes y verdes.

Los usuarios siguen comprando lo que es más barato, antes de plantearse seriamente la disminución en el consumo energético como criterio de compra o de inversión. Se debería implementar algún tipo de política que fomente, la educación en el área, la compra de equipamiento renovable y eficiente a partir de incentivos o beneficios económicos.

En aspectos generales, es importante que las empresas hoteleras, comiencen a ponerse en un nuevo lugar de formador de conciencia, dando el ejemplo y aumentando la concientización del cuidado de los recursos a los empleados y huéspedes.

En todos los casos, es importante que los establecimientos hoteleros comiencen a tener un rol protagónico en la concientización ambiental. La industria hotelera al tener contacto con tanta cantidad de personas, puede ayudar en este cambio de conciencia, proponiendo a los huéspedes buenas costumbres durante su estadía, que probablemente a más de uno, se le quedaran en mente. La educación debe empezar con el ejemplo, el beneficio es mutuo, el huésped se va con un aprendizaje, el hotelero paga menos en gastos energéticos

Material Gráfico



Consumo energético de un día de verano (rojo) y un día de invierno (azul) para la cabaña estudiada, y su disminución a partir de las medidas recomendadas. Fuente: Elaboración Propia.

Bibliografía

- Agenda 2030 de las naciones unidas, pdf: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj3qPjh_vTeAhWEgpAKHU32A9QQFjAAegQIChAC&url=https%3A%2F%2Functad.org%2Fmeetings%2Fes%2FSessionalDocuments%2Fares70d1_es.pdf&usg=AOvVaw0c0SNpNzy9AZqOe_eGePg4 (revisado 20-11-2018)
- Ponencia Valina, Jorge: Turismo Sostenible, eco eficiencia y sostenibilidad en la hotelería: tendencias, oportunidades y retos en el siglo XXI. Hotel Eurobuilding, Salon Zafiro, Caracas, 18 de Julio de 2013.
- Guía técnica para el aprovechamiento de la luz natural en la iluminación de edificios. IDEA
- Inclusión de la energía solar térmica en establecimientos hoteleros. Dabruzzo, Valeria, Congreso Internacional de Turismo en Serranías, FTU UNSL, 2016.
- Etiqueta de eficiencia energética para calefacción para edificios, Ing, Camilo Bourgues , Cámara Argentina de la construcción , ciudad de Buenos Aires, 6 de mayo de 2014.
- Lalangui, J., Espinoza Carrión, C. R., & Pérez Espinoza, M. J. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. Universidad y Sociedad [seriada en línea], 9 (1), pp. 148-153. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/>
- NORMA ISO 50.001 : <https://www.iso.org/iso-50001-energy-management.html> (revisado 28-11-2018)
- The New York Times, Agosto 2018; El mensaje de un 2018 abrasador: no estamos preparados para el calentamiento global, por [Somini Sengupta](#).

<https://www.nytimes.com/es/2018/08/11/calor-verano-calentamiento-global/> (Revisado 26/11/2018).

- Página web UNWTO Definiciones: <http://www2.unwto.org/es/content/definicion> revisado (1-12-2018)
- Página web: <http://co.dumalux.com/index.php/noticias/97-alumbrado-publico-led-debes-saber> (revisado 1-12-2018).
- Página web: <http://www.eficienciaenergetica.org.ar/quees.asp?id=que> (revisado 28-11-2018)
- Página web: <http://www.eficienciaenergetica.org.ar/etiqueta.asp?id=eti> (revisado 28-11-218)
- WWF. 2016. Informe Planeta Vivo 2016 Resumen. WWF, Gland, Suiza.

DINAMIZACIÓN DEL SISTEMA DE INNOVACIÓN DEL VALLE DE HUYRO-CUSCO COMO DESTINO ECOTURÍSTICO: UNA DISCUSIÓN CONCEPTUAL

Mg. Bernardo Alayza¹
Mg. Miguel Hadzich²
PhD Úrsula Harman³
Ing. Victor Ramos⁴

Resumen

El ecoturismo se constituye en una gran oportunidad para el Perú no solamente para la conservación de la gran riqueza de flora y fauna existente sino también para la dinamización de diversos actores que pueden participar en el sector para propiciar su propio bienestar, inclusión social y desarrollo sostenible. El fomento de la innovación para el ecoturismo sostenible resulta clave tanto para la creación de iniciativas de largo alcance que alienten a la conservación del medio ambiente, la generación de nuevas capacidades a nivel de tecnologías y servicios que originen nuevos ingresos; así como para la extensión de valores sociales y culturales que signifiquen una oportunidad de desarrollo sostenible. Huyro ubicado en el distrito de Huayopata, provincia de La Convención, Cusco Perú es un valle que posee una gran riqueza ecológica y biodiversidad. Desde una perspectiva de fomento a la innovación para el ecoturismo, Huyro se constituye en un escenario que puede configurar nuevas prácticas, nuevas formas de conocimiento, así como la creación de servicios innovadores acorde a las potencialidades del entorno. Sin embargo, en Cusco, las estrategias emprendidas vinculadas al sector turismo no han alcanzado el impacto esperado. Pues, a pesar del gran potencial de recursos naturales, paisajísticos, históricos, etc.; estos no han sido utilizados de manera adecuada y ni articulada, restringiendo oportunidades de desarrollo sobre todo en las poblaciones más vulnerables. El presente artículo discute el concepto de innovación para el ecoturismo sostenible como una perspectiva de desarrollo que contribuya a dinamizar el sistema de innovación en Huyro Cusco, Perú.

Palabra claves: Sistemas de Innovación, Ecoturismo, Sostenibilidad, Huyro Cusco – Perú.

1 Grupo de Apoyo al Sector Rural, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. b.alayza@pucp.edu.pe

2 Grupo de Apoyo al Sector Rural, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. mhadzic@pucp.edu.pe

3 Grupo de Apoyo al Sector Rural, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. u.harman@pucp.pe

4 Grupo de Apoyo al Sector Rural, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. victor.ramosa@pucp.pe

Abstract

The promotion of innovation for sustainable ecotourism is a perspective that can allow the creation of broad-based strategies for creating new opportunities for sustainable and inclusive development. This can encourage environmental conservation, the generation of new capabilities at the technical and social level, the production of new income, as well as the extension of social and cultural values. Huyro is located in the district of Huayopata, province of la Convencion Cusco-Peru, which is a valley that has high ecological biodiversity. From an innovation perspective, the promotion of ecotourism as a development strategy in this kind of places must be focused on building networks, sharing new forms of knowledge, negotiate changes as well as construct in a participatory way innovative services that can create and share values. Despite the enormous potential of natural, historical and landscape resources, experiences to promote tourism in Huyro have not reached the expected impact. One reason is that strategies implemented have not properly articulated stakeholders according to their local capabilities and innovative opportunities, generating incipient innovation dynamic. This article discusses the concept of innovation for sustainable ecotourism as a development perspective that contributes to configure a proper innovation system in Huyro Cusco, Peru.

Keywords: Innovation system, Ecotourism, Sustainability, Huyro Cusco - Peru.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en unas de las industrias más importantes en el Perú y en el mundo. En los últimos años se ha incrementado el fomento del Turismo en el Perú. Desde diversas direcciones tales como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y Gobiernos regionales se han promovido estrategias, planes de desarrollo y diversas acciones en pos de generar lineamientos que puedan significar una oportunidad de desarrollo en el Perú a través del turismo, con resultados poco alentadores.

En el Perú, el turismo significa el 3.9% del PBI el Producto Bruto Interno (PBI) lo cual es equivalente a S/. 23.5 mil millones de soles por año. Para el MINCETUR el turismo se considera un sector transversal que congrega un conjunto de actividades económicas que producen y proveen bienes y servicios a los visitantes tales como transporte de pasajeros, alojamiento, alimentación y bebidas, recreación, cultura, agencias de viaje. Asimismo, se

considera que el turismo consta de una serie de productos (bienes y servicios) que adquieren los visitantes dando lugar al análisis del consumo turístico según formas de turismo como el receptivo, interno y emisivo (MICETUR, 2015).

A pesar de múltiples planes de desarrollo, la generación de marcas locales y la promoción Perú como destino turístico a nivel mundial (Del Pozo y Guzmán, 2019), comparativamente Perú es el cuarto destino turístico en el América del Sur con 11% del flujo turístico, albergando 3.7 millones de personas por año. Donde Argentina ocupa el primer lugar con el 20% del flujo turístico con 6.6 millones, seguido por Brasil con 19% del flujo turistas con 6.5 millones y Chile con el 17% del flujo turístico con 5.6 millones (Organización Mundial del Turismo, 2018).

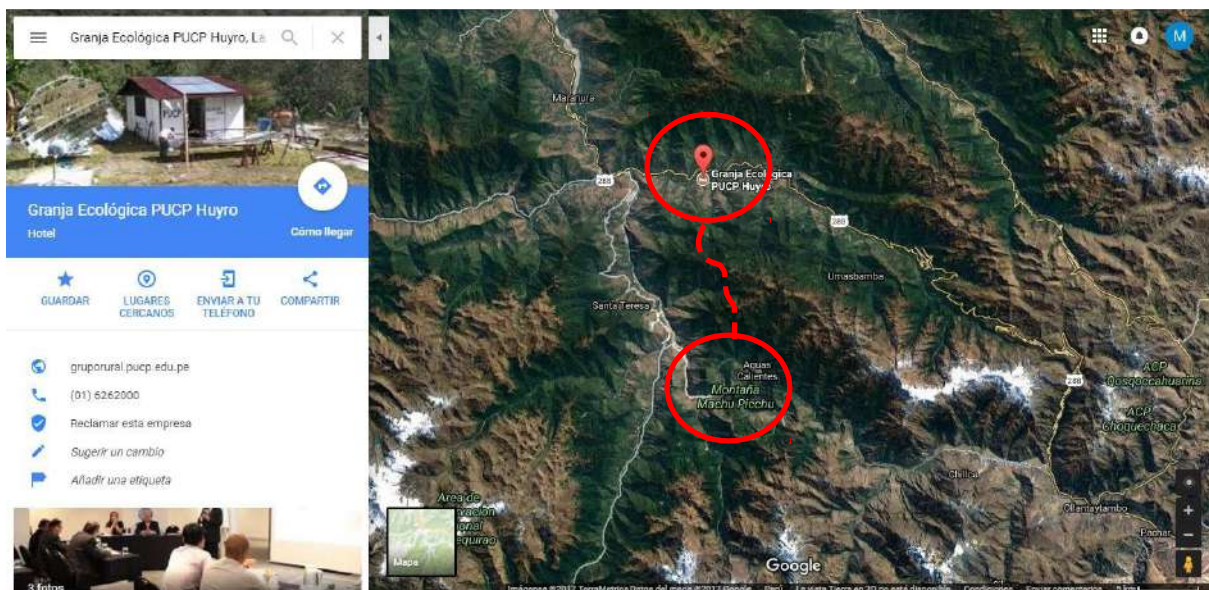
Por otro lado, Perú se destaca por ser uno de los principales atractivos turísticos del mundo, por su gran y único bagaje cultural, milenario y tradicional. Siendo Machu Picchu en Cusco una de las maravillas mundiales que se constituye en el principal atractivo turístico de Perú, el cual recibe un aproximado de 1,5 millones de turistas por año (mientras que Cusco recibe un flujo de 2 millones de turistas por año).

Cusco es una región de 1,2 millones de habitantes ubicado en el sureste de la Sierra del Perú ubicada a 3300 metros sobre el nivel del mar(msnm), además de contar con Sierra, cuenta con un territorio de ceja de selva que bordea una altitud entre 1000 a 2500 msnm, teniendo múltiples pisos altitudinales y múltiples recursos paisajísticos. Asimismo, Cusco posee una rica tradición milenaria, teniendo un gran patrimonio cultural que proviene de la cultura Inca. Hace cinco siglos, Cusco fue el centro del imperio inca, y conserva hasta ahora parte de sus legado, tradiciones y costumbres, los cuales han pasado de generación en generación.

Sin embargo, a pesar del gran flujo de turistas, Cusco es una región que muestra una serie de contradicciones, pues más del 60% de las personas en zona rural viven en situación de pobreza (INEI, 2105). Además, casi el 70% de la población local está involucrada en actividades informales con muy baja productividad económica, con un ingreso promedio mensual de aproximadamente US 85 per cápita (Cusco Gobierno regional, 2011; INEI, 2105). Este gran número de personas que carecen de recursos económicos, también se ven privados de servicios básicos como educación y salud y otras actividades vitales como transporte o refugio, estando en una situación de vulnerabilidad y marginalidad (INEI, 2012).

En Perú, Cusco, provincia de La Convención distrito de Huayopata, cuya capital es Huyro no es ajeno a esa problemática, pues pese a ser cercano a Machu Picchu (Ver imagen 1), su población tiene una índice pobreza a nivel urbano de 19,1% y a nivel rural de 54,2%, los cuales practican agricultura de subsistencia con bajos niveles de productividad y por consiguiente de ingresos (Gobierno Regional Cusco, 2012). Por otro lado, Huyro, posee una gran riqueza ecológica y biodiversidad. Desde una perspectiva de innovación, Huyro es un lugar estratégico para activar diversos sectores relacionados al ecoturismo, no solamente por sus abundantes recursos naturales sino también por su ubicación cercana a Machu Picchu. Teniendo en cuenta que además se estima que más 800 turistas a diario transitan por Huyro para trasladarse a Machu Picchu.

Imagen 1: Ubicación de Huyro, Huayopata y su cercanía a Machu Picchu.



Fuente: google earth granja ecológica PUCP Huyro

No obstante, las estrategias emprendidas en cuanto al fomento al turismo no se han conceptualizado desde una perspectiva integral de desarrollo, lo cual subsume a la población a una condición de precariedad y exclusión social. En tal sentido, estrategias emprendidas desde múltiples agencias del estado no han fomentado la participación de la población local, lo cual, sumado a las condiciones de informalidad y exclusión social, frenan las

oportunidades de un desarrollo sostenible en el distrito. Teniendo en cuenta ese contexto, el presente artículo discute conceptos asociados a la innovación para el ecoturismo sostenible como una propuesta de desarrollo para el aprovechamiento integral del turismo en un territorio.

2. METODOLOGÍA

La presente discusión conceptual se basa en el recojo parcial de información que responde al objetivo de caracterizar participativamente el sistema de innovación en Huyro, Cusco-Perú (Ver Box 1), lo cual permite tener las primeras aproximaciones sobre las perspectivas para el fomento lineamientos de innovación para el ecoturismo sostenible. La metodología consiste en un diseño de estudio de caso: del valle de Huyro. Yin (2009) define un estudio de caso como una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y el contexto no son evidentes. Comprender la innovación para el ecoturismo sostenible requiere altos niveles de minuciosidad y profundidad, que son las principales fortalezas del diseño del estudio de caso. Por lo tanto, el diseño del estudio de caso es pertinente a la naturaleza del estudio porque proporciona detalles, riqueza, integridad y alta validez conceptual, permite la comprensión del contexto y el proceso, y permite la vinculación de causas y resultados (Denzin y Lincoln, 2011). Así caracterizar participativamente un escenario implica comprender e interpretar a través del significado de los fenómenos obtenidos de la construcción y reconstrucción conjunta de la experiencia vivida de los participantes que son parte de este estudio. La reconstrucción de las múltiples perspectivas y prácticas de los actores involucrados permitirá interpretar los fenómenos y hallar soluciones sobre la base de hechos y propuestas reales, y a luz de la literatura existente (Goodrick, 2013). Desde el paradigma del constructivismo, la reconstrucción colectiva surge del consenso de los participantes, la cual ha sido facilitado por los investigadores asociados a este estudio. El recojo de información se ha realizado a través de fuentes secundarias y de diversas herramientas utilizadas en campo, tales entrevistas semiestructuradas, evaluaciones rápidas rurales y los grupos focales. El recojo de información está en pleno proceso, y empezó en junio 2019 y culminará en setiembre 2019. El recojo preliminar obtenido permite esbozar una discusión conceptual que es la base del presente artículo.

3. DISCUSIÓN CONCEPTUAL

3.1. La innovación como eje para para un turismo ecológico y sostenible

De acuerdo a la OCDE (2005), la innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de organizaciones o a nivel interorganizacional. La característica común de la innovación es que genere un cambio en un mercado, comunidad o sociedad. En el caso de un producto, se considera innovación cuando ha sido adoptado por un grupo de usuarios en un sistema social. La innovación en el turismo se puede entender como la creación o modificación de los diversos insumos, la participación de diversos actores involucrados en nuevas prácticas, la adaptación de insumos, servicios y/o la generación de valor agregado de una práctica (e.g. productiva) de acuerdo a las condiciones del territorio y en base a la potencial demanda existente en el sector turismo (Ver UNWTO, 2017).

Desde un enfoque de innovación, los cambios realizados en un territorio se pueden interpretar como radicales e incrementales en su impacto en la sociedad (Dosi, 1982). Por un lado, las innovaciones radicales son las que generan un cambio significativo y alteran el patrón tecnológico y de producción, en la cual, como resultado se genera una ampliación significativa en el rendimiento. Por otro lado, las incrementales son las que presenta un avance en el rendimiento de pequeña escala, sin alterar el patrón tecnológico y de conocimientos. Este tipo de innovaciones están asociadas a procesos de aprendizajes de modo *Doing, Using, Interacting* (DUI); destacándose las mejoras por repetición (*learning by doing*), por interacción entre sus agentes (*learning by interacting*) o por la retroalimentación entre los usuarios (*learning by using*) (Lundvall, 2005).

La gran experiencia en cuanto la practica en el turismo en Cusco puede significar en sí mismo una oportunidad de innovación en modo DUI en cuanto pueda ser capitalizado de manera coherente acorde las oportunidades existentes. Por ejemplo, Huyro, además del potencial de estar cercano a Machu Picchu es una zona donde más del 90% de los agricultores producen té. Teniendo en cuenta que las preferencias actuales por insumos naturales se basan en la diversidad, valor agregado y practicas artesanales, la innovación en el proceso del té puede orientarse a la producción de té verde o blanco en modo DUI. El cual, podría ser efecto de generación de capacidades locales, pues además de las condiciones favorables existentes para su cultivo, su producción artesanal requiere una

baja capacidad tecnológica. También, ello puede significar generar un cambio de la producción de gran escala a pequeña escala, pero más especializada y con un mayor margen de ganancia (i.e modelo de negocio innovador). Finalmente, acciones ligadas al agroturismo y/o ecoturismo, así como compra directa de productos, puede ser una alternativa aprovechando el flujo turístico en la zona.

Es así que, la innovación en un escenario de promoción de turismo debe orientarse a la creación, implementación y difusión desde una perspectiva sistémica, orientadas a dinamizar las diversas potencialidades existentes en un territorio. Las cuales se pueden desarrollar a nivel nacional, regional, sectorial o local (Ver Dossi, 1988; Lundvall, 1992; Nelson, 1993; Freeman, 1995; Cooke, 1996 ; Malebra, 2002 & Lundvall, 2005). Distintos niveles donde existen diversos tipos de actores, servicios, procesos, tecnologías, saberes, que deben estar articulados para favorecer la generación de innovaciones, y por ende el desarrollo de un territorio.

3.2. Innovación, inclusión y Desarrollo Sostenible

Entendido que el enfoque de innovación sistémico está orientado a entender y explicar y fomentar la configuración de los aspectos tecnológicos, institucionales y sociales para la generación de cambios sostenibles (Smits, 2002). Son, por ejemplo, actores de un sistema de innovación en Huyro, las redes ofertantes de servicios turísticos, los productores, los emprendimientos, las asociaciones, las organizaciones no gubernamentales, el gobierno local, la universidad, etc.

No obstante, el trabajo coordinado entre estos actores cuenta con altos niveles de complejidad e incertidumbre, requiriendo de repensar las actuales estrategias por conceptualizaciones basadas en perspectivas más amplias que abarquen intervenciones multidimensionales y sistémicas (Alayza & Gonzalez, 2019). Estas intervenciones, más allá de orientarse en los sistemas de promoción del turismo como una actividad puntual, deben orientarse a sentar bases socio-cognitivas para la innovación. Lo cual implica construir redes que congreguen actores heterogéneos que sumen valor agregado en las actividades y potencialidades locales. También, generar mecanismos de aprendizaje social para fomentar la creación de modelos de innovación tipo DUI, de tal manera que prácticas locales que cuentan con potencial, puedan ser mejoradas en cuanto a sus patrones sociales y tecnológicos de acuerdo a experiencias previas, sus interacciones y sus re-orientaciones. Asimismo, los cambios deben ser negociados de manera integrativa teniendo en cuenta tanto actores, valores y conocimientos locales de un territorio.

Teniendo en cuenta las condiciones de desigualdad, pobreza y exclusión social, la inclusión de actores desde una perspectiva de innovación puede permitir producir dinámicas locales que alienten un desarrollo inclusivo.

En tal sentido, reflexiones y marcos analíticos sobre cómo la innovación puede atender problemas estructurales como la desigualdad y la exclusión, se han sustentado en el enfoque de desarrollo definido como la expansión de las capacidades y libertades colectivas, la reducción de las disparidades y la promoción del papel participativo de las poblaciones más oprimidas en su desarrollo local (ver Sen, 2000; Dutrenit y Sutz, 2014). Los procesos de inclusión social pueden ser un paso para el logro de un desarrollo sostenible, entendiendo que el ejercicio de libertades humanas puede contribuir a satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras de satisfacer las suyas (ONU, 1987). Así, la generación de nuevas capacidades puede permitir a actores participen y construyan un sistema que les permita razonar, evaluar, elegir, participar y actuar de tal forma que puedan configurar una mejora constante, es decir, se pueda fomentar procesos de innovación para el desarrollo inclusivo.

Sobre la base de ese concepto se define a la innovación inclusiva como la configuración de diversos procesos, redes y sistemas en el que la innovación se enfoque en resolver problemas de la sociedad, sobretodo en poblaciones que carecen de oportunidades; la cuales puedan formar parte del proceso de innovación o ser usuarios; y que su participación contribuya a su propio desarrollo sostenible (Foster y Heek, 2013,; Chataway et al., 2014; Cozzens y Sutz, 2014; Dutrenit y Sutz, 2014). Así, la innovación orientada hacia la inclusión brinda elementos para configurar un desarrollo sostenible, involucrado dimensiones socio-económicas, medio ambientales, políticas y ambientales.

3.3. Hacia el fomento de la Innovación para el ecoturismo sostenible

La dinamización participativa de actores puede contribuir a generar procesos de innovación orientados a un desarrollo sostenible (De Melo, 2014). La perspectiva de innovación para el ecoturismo sostenible se constituye en enfoque integrador que abarca diferentes miradas y reflexiones desde distintas áreas del conocimiento de nivel social y técnico. Las confluencias de diversas perspectivas permitirán configurar un enfoque sistémico que reflexione sobre la complejidad de un sistema, para ser orientado en la promoción de la innovación teniendo en cuenta las relaciones entre los actores, las características de los recursos naturales (flora y fauna) existentes, las necesidades y potencialidades a nivel de tecnología, el potencial turístico, etc. El fomento de la

innovación para el ecoturismo sostenible (Ver box 1) resulta clave tanto para la creación de iniciativas de largo alcance que alienten a la conservación del medio ambiente, la generación de nuevas capacidades a nivel de tecnologías y servicios que originen nuevos ingresos; así como para la extensión de valores sociales y culturales que signifiquen una oportunidad de desarrollo sostenible en diversos tipos de territorios. La innovación en el ámbito del turismo debe respetar factores ecológicos, y a su vez, alentar acciones que permitan la generación de nuevas prácticas, nuevas formas de conocimiento, así como la orquestación de diversos procesos de cambio. Ello puede contribuir a configurar procesos de innovación inclusivos y coherentes con el entorno, los cuales dinamicen y potencien beneficios en y con la población de un territorio.

Box 1: Proyecto Innovación para el ecoturismo sostenible:

Desde marzo del 2019, con el financiamiento del Fondo Nacional de Desarrollo Científico, Tecnológico y de Innovación Tecnológica del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación de Perú (CONCYTEC), se viene ejecutando el proyecto Innovación para el ecoturismo sostenible en el distrito de Huayopata Huyro, Cusco-Perú; con el objetivo general de contribuir en conocimiento para el planeamiento y dinamización de sistemas de innovación como destino ecoturístico. Se espera que, con un enfoque inclusivo de innovación se pueda participativamente potenciar las capacidades locales para generar nuevas oportunidades que permitan configurar alternativas viables en la zona en pos de un turismo sostenible. Se considera que, asimismo, la sostenibilidad de la intervención se plasmará en el diseño de instrumentos que permitan la realización de políticas públicas y la ejecución de proyectos de inversión pública. Es por ello que se han planteado los siguientes objetivos específicos: (1) Caracterizar participativamente el sistema de innovación local, teniendo en cuenta a los actores, capacidades locales, recursos y activos ecoturísticos: Durante los primeros 6 meses se realizará el reconocimiento de los diversos actores, recursos y activos de la zona y además la realización de conjunto estudios concretos para entender las capacidades locales en innovación y emprendimiento, potenciales destinos turísticos, la prospectiva y vigilancia tecnológica, así como las brechas para alcanzar estándares para la generación de nuevos productos/servicios en el valle. (2) Desarrollar y validar paquetes de servicios y tecnologías limpias adaptables a la flora y fauna del lugar, teniendo en cuenta los recursos como el café, cacao, té y hierbas medicinales. Durante 12 meses siguientes se realizarán procesos de investigación aplicada orientados al desarrollo de servicios y/o productos tecnológicos de acuerdo las potencialidades de la zona, para ello se tendrán en cuenta procesos productivos de recursos como el café, cacao, té y hierbas medicinales; así como otros potenciales

recursos existentes en la zona. (3) Diseñar un plan maestro que establezca hitos y lineamientos de acción para la dinamización del sistema innovación local que promueva el ecoturismo acorde a las capacidades y oportunidades de la zona. (3) Finalmente durante los últimos 6 meses del proyecto se diseñará participativamente un plan maestro para el fomento de la innovación para ecoturismo sostenible en la zona. El plan se realizará de acuerdo a los resultados obtenidos en los objetivos 1 y 2, y contará con un formato ajustable a los instrumentos de gobierno como los proyectos de inversión pública (PIP) o cooperación internacional para su réplica, escalabilidad y sostenibilidad.

4. CONCLUSIÓN

El presente artículo discute la importancia de utilizar un enfoque integrador para atender problemáticas estructurales por medio de una perspectiva de innovación sistémica e inclusiva que busque generar sostenibilidad en un territorio como Huyro, Cusco. Si bien, se ha realizado iniciativas en Perú en torno a la promoción del turismo, las deficiencias en cuanto a las perspectiva que conceptualizan estos procesos ha contribuido a no alcanzar los resultados esperados, sobre todo en zonas donde existe pobreza y disparidades. Es por ello necesario repensar en estrategias integrales que permitan la participación de los diversos actores involucrados, de tal manera que la confluencia de esfuerzos pueda significar un cambio significativo en un territorio. Para ello la innovación resulta fundamental en un escenario de promoción de (Eco) turismo pues más allá de buscar la generación de algo nuevo, puede contribuir a potenciar capacidades locales y generar así nuevas oportunidades, dinamizando las diversas oportunidades que pueden existir en un territorio.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Alayza B., & Gonzalez D. (2019) Facilitating Communication in Adaptive Planning Processes for Inclusive Innovation: Discussing an Integrative Approach. In: Pfeffermann N. (eds) *New Leadership in Strategy and Communication*. Springer, Cham
- Chataway, J., Hanlin, R., & Kaplinsky, R. (2014). Inclusive innovation: an architecture for policy development. *Innovation and Development*, 4(1), 33-54. <http://dx.doi.org/10.1080/2157930x.2013.876800>
- Cooke. (1996). *The New Wave of Regional Innovation Networks: Analysis, Characteristics and Strategy*.

- Cozzens, S., & Sutz, J. (2014). Innovation in informal settings: Reflections and proposals for a research agenda. *Innovation and Development*, 4(1), 5-31. doi:10.1080/2157930X.2013.876803.
- De Melo, M. A. C. (2014). Sustainable innovation and the dimensions of complexity. *READINGS BOOK*, 122.
- Del Pozo, C., & Guzmán, E. (2019). *Análisis del sector turismo en la región Cusco: Lineamientos de políticas públicas para el desarrollo del turismo inclusivo y competitivo* (p. 61). Cuzco. Retrieved from <https://www.slideshare.net/citdesperu/anlisis-del-sector-turismo-en-la-regin-cusco>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The Sage handbook of qualitative research* (4th ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Dosi, G. (1988). The nature of innovative process. In Dosi, G., Freeman, C., Nelson, R., Silverberg, G., and Soete, (eds.) (1988): *Technical Change and Economic Theory*, Pinter, London
- Dutrénit, G., & Sutz, J. (2014). *National innovation systems, social inclusion and development: The Latin American experience*. Cheltenham: Edward Elgar Pub. Ltd.
- Foster, C. & Heeks, R. (2013). Conceptualising Inclusive Innovation: Modifying Systems of Innovation Frameworks to Understand Diffusion of New Technology to Low-Income Consumers. *The European Journal of Development Research*, 25(3), 333-355. <http://dx.doi.org/10.1057/ejdr.2013.7>
- Freeman, C. (1995). The National System of Innovation in historical perspective. *Cambridge Journal of Economics*, 19(1), pp. 5-24.
- Gobierno Regional Del Cusco (2012) *Productos y Plan de Acción para el Desarrollo Turístico Sostenible del Distrito de Huayopata - Gerencia Regional de Desarrollo Económico Unidad de Gestión del Santuario Histórico de Machupicchu*
- Gobierno regional Cusco. (2011). *PLAN CONCERTADO DE COMPETITIVIDAD REGIONAL 2011 - 2021* p.136). Cusco: Gerencia Regional de Desarrollo Económico.
- Goodrick, D. (2013). *Qualitative Research: Design, Analysis and Representation*. Australian Consortium for Social And Political Research Incorporated (ACSPRI) Spring Program Social Research Methods And Research Technology (Australia).
- INEI. (2012). Perú: Inclusión y Exclusión Social en la Juventud. [Inclusion and Exclusion in Youthfulness]. Instituto Nacional de Estadística e Informática, Lima. Retrieved from: <http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/investigaciones/inclusion.pdf>
- INEI. (2015). *Evolución de la Pobreza Monetaria 2009 - 2014. Informe Técnico*. [Evolution of Monetary Poverty 2009 - 2014. Technical Report]. Instituto Nacional de Estadística e Informática, Lima. Retrieved from http://www.inei.gob.pe/media/cifras_de_pobreza/pobreza_informetecnico2013_1.pdf
- Lundvall, B. Å. (1992). *National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*. London: Pinter.

- Lundvall. (2005). National innovation systems - analytical concept and Development tool.
- Malerba, F. (2002). Sectoral systems of innovation and production. *Research policy*, 31(2), 247-264.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MICETUR) (2015). *Cuenta Satélite de Turismo. Principales Indicadores Turísticos, 2012-2015*.
- Nelson, R. (1993), *National Innovation Systems: A Comparative Analysis*, Oxford University Press, New York, NY
- OECD (2005). Oslo manual. *Guidelines for collecting and interpreting innovation data*.
- ONU (1987) .Nuestro futuro común: Informe Brundtland (en línea), 1987. Retrieved from <http://www.un-documents.net/wcedocf.htm>
- Organización Mundial del Turismo (2017) *Panorama Mundial del Turismo 2018*. ISBN: 978-92-844-1989-0.
- Organización Mundial del Turismo (2018) *Panorama Mundial del Turismo 2017*. ISBN: 978-92-844-1902-9
- Sen, A. (2000). Social Exclusion: Concept, Application, and Scrutiny. Social Development Papers No. 1. *Asian Development Bank*, Manila.
- Smits, R. (2002). Innovation studies in the 21st century: Questions from a user's perspective. *Technological Forecasting & Social Change*, 69(9), 861-883.
- The World Tourism Organization (UNWTO) (2017) Innovation in Tourism – Bridging Theory and Practice Retrieved from <http://www2.unwto.org/publication/innovation-tourism-bridging-theory-and-practice-la-innovacion-en-el-turismo-acercamiento>
- Yin, R. K. (2009). Case study research: Design and methods (4th ed.). Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.

5

TURISMO EN ESPACIOS URBANOS Y RURALES

SANTA FE DE ANTIOQUIA (COLOMBIA), ¿DESTINO DE POSTURISTAS O DE TURISTAS DE MASAS? ANÁLISIS SOBRE LAS IMPLICACIONES TERRITORIALES DE SUS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

Magister Elkin Argiro Muñoz Arroyave¹

Resumen

Santa fe de Antioquia es un municipio ubicado a una hora de distancia de Medellín. Cuenta con un clima cálido, una historia colonial y unos atractivos naturales que lo definen como un destino turístico regional y nacional. La construcción y ampliación de vías en los últimos años entre Medellín y Santa Fe ha permitido que este último sea destino tanto para turistas regionales como extranjeros que visitan Medellín. La atracción de ambos tipos de turistas demarca la creación de productos turísticos diferenciados, por un lado, los turistas regionales buscan un destino de sol, mientras los extranjeros un destino histórico, cultural y ecológico. Así, la ponencia busca analizar las transformaciones territoriales observadas en el municipio por la confluencia de un turismo urbano basado en la arquitectura histórica y uno rural que construye fincas de recreo, condominios y urbanizaciones en zonas tradicionalmente utilizadas para la actividad agropecuaria. Se utiliza una metodología cualitativa, con instrumentos como la observación participante, entrevistas y encuestas. Se concluye que las formas de manifestación del turismo en Santa Fe están provocando transformaciones territoriales que afectan a los residentes, debido a la competencia por los espacios y recursos que se ha creado entre lo que se podría llamar un turismo urbano y uno rural.

Palabras clave: turismo urbano; turismo rural; metropolización; territorio; estetización.

Abstract

Santa fe de Antioquia is a municipality located one hour away from Medellín. It has a warm climate, a colonial history and natural attractions that define it as a regional and national tourist destination. The construction and expansion of roads in recent years between Medellín and Santa Fe has allowed the latter to be a destination for both regional and foreign tourists who visit Medellín. The attraction of both types of tourists marks the creation of differentiated tourism products, on the one hand, regional tourists seek a sunny destination, while foreigners a historical, cultural and ecological destination. Thus, the paper seeks to analyze the territorial transformations observed in the municipality by the confluence of an urban tourism based on historical architecture and a rural one that builds recreational farms, condominiums and urbanizations in areas traditionally used for agricultural activity. A qualitative methodology is used, with instruments such as participant

¹ Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Grupo de Investigación en Estudios Internacionales, Tecnológico de Antioquia, Colombia. elkin.munoz@tdea.edu.co.

observation, interviews and surveys. It is concluded that the forms of manifestation of tourism in Santa Fe are causing territorial transformations that affect residents, due to the competition for spaces and resources that has been created between what could be called an urban and a rural tourism.

Keywords: Urban tourism; rural tourism; metropolization; territory; aestheticization.

INTRODUCCIÓN

El turismo en los años recientes se ha ido consolidado en Colombia como una nueva fuente de ingresos y como una nueva apuesta nacional para la inserción en el mercado mundial. El hecho que ha posibilitado este cambio ha sido la mejora en la imagen internacional de Colombia. Entre 2012 y 2018, según información del Centro de Información Turística de Colombia – CITUR –, se ha presentado un crecimiento promedio del 12% anual de la llegada de extranjeros al país, siendo el 2015 el año de mayor crecimiento con un 17% aproximadamente. Sin duda, el proceso de paz y la posterior firma del acuerdo fue un detonante para este alto crecimiento de visitas internacionales.

Este contexto ha hecho que se intensifique el apoyo a esta actividad, hasta denominarla por el actual presidente colombiano como el nuevo petróleo, debido a que puede ser una fuente de divisas fundamental para la economía nacional. No obstante, se debe tener en cuenta que es una actividad que influye sobre los territorios (Muñoz, 2018), la llegada masiva de turistas suele traer consecuencias tanto positivas como negativas, por lo que es necesario planear adecuadamente su ejecución.

Una de las estrategias que se ha utilizado desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha sido el fomento de los pueblos patrimoniales. Para ello se creó una red de pueblos que cuentan con una historia palpable en su arquitectura e imagen, lo cual posibilita la atracción de turistas extranjeros. Uno de estos pueblos es Santa Fe de Antioquia, el cual data de la década de 1540 con la primera llegada de los españoles a la región. En la actualidad conserva parte de la arquitectura colonial, calles empedradas y una larga lista de personajes representativos de la vida colonial y republicana que concentran las historias de los guías turísticos.

Estas características han permitido que sea un destino turístico central para el departamento de Antioquia, del cual fue capital hasta 1826 cuando Medellín toma este rol. Pero precisamente su cercanía con esta ciudad ha llevado a que la actividad turística no sólo se concentre en su atractivo patrimonial, sino también climático, fomentando lo que podríamos llamar un turismo de masas. Es precisamente la presencia de ambos tipos de turismo lo que genera fricciones al interior de este municipio.

De esta manera, esta ponencia busca analizar las transformaciones territoriales observadas en el municipio por la confluencia de un turismo urbano basado en la arquitectura histórica y uno rural que construye fincas de recreo, condominios y urbanizaciones en zonas tradicionalmente utilizadas para la actividad agropecuaria. Para ello se divide la misma en tres apartados. En el primero se presenta un acercamiento teórico sobre el pos-turismo y el turismo de masas, para hacer una aproximación a la manera en que el turismo se desarrolla en Santa Fe. En el segundo, se presentan las características del turismo rural que se observa en Santa Fe y en el tercero su faceta de turismo urbano.

1. ENTRE EL POS-TURISMO Y EL TURISMO DE MASAS

El pos-turismo ha sido un concepto relativamente reciente y utilizado básicamente en Latinoamérica. Desde Molina (2006) se entiende como una fase más del paradigma

turístico, la cual se diferencia de una fase preturística y turística. Según este autor, las anteriores fases² se caracterizaban por:

- Un traslado temporal a lo largo y ancho del territorio, movilidad geográfica.
- Estadía –con una pernoctación por lo menos– en un lugar diferente del que se reside habitualmente.
- El propósito de conocer personas de otras sociedades, regiones y costumbres de otros países, actividades que no deben perseguir un fin de lucro.
- El apreciar la gastronomía y otras manifestaciones de la sociedad-cultura que se visita.
- El uso y disfrute de los escenarios naturales, en los cuales se puede realizar una gran diversidad de actividades. (Molina, 2006, p. 41).

Así, estos elementos centrales comienzan a perderse en la nueva etapa de pos-turismo. Esto se debe a que en la nueva fase la actividad se puede caracterizar por:

- No hay necesidad de desplazamiento por fuera del lugar de residencia.
- No hay contacto con los individuos de las comunidades locales.
- Contacto con escenarios naturales readaptados a consecuencia de la aplicación de tecnologías.
- Desplazamiento de mano de obra a causa de la incorporación de procesos automatizados inteligentes de alta tecnología.
- El pos-turismo no está determinado por los recursos naturales ni por los recursos culturales disponibles en la región. (Molina, 2006, pp. 42–43)

Lo que se observa es que la tecnología y las condiciones actuales de la sociedad son las que han llevado a encontrar unas nuevas características del turismo. Si bien las causas de algunas de estas características no las comparto con el autor, ya que en muchos casos tiene que ver con las condiciones consumistas de la sociedad actual y no tanto con los cambios directos de la tecnología, estas características del pos-turismo describen adecuadamente muchos de los aspectos que hoy se observan de la práctica turística.

Es clara entonces la diferencia entre el pos-turismo y el turismo de masas, ya que el primero parece estar centrado en la particularización de los destinos, hacerlos accesibles a pocas personas, a través de los requerimientos financieros para su disfrute. Mientras en el turismo de masas, lo que interesa es la cantidad de personas que se puedan atraer al destino, y es justo en ese punto donde radica la crítica que se le ha realizado a este tipo de turismo. Sin embargo, es innegable que ambos tienen unos bajos efectos sobre el desarrollo de los destinos.

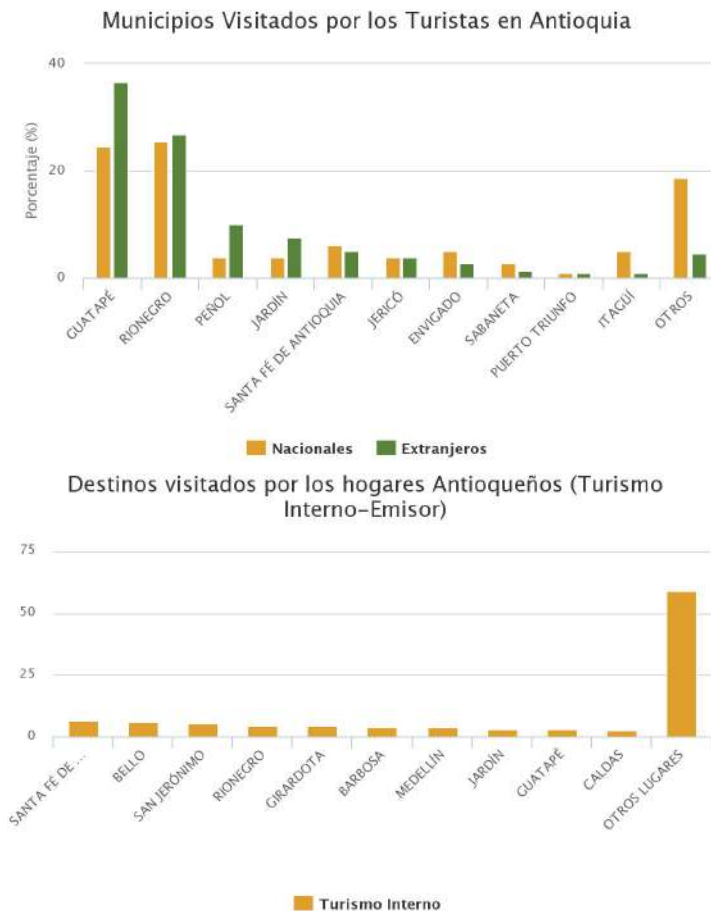
2. TURISMO RURAL ¿UN TURISMO DE MASAS?

El turismo rural ha sido concebido como parte de un turismo alternativo al de masas del periodo industrial. Sin embargo, para el caso de Santa Fe de Antioquia, no pareciera ser uno alternativo. Es más, se podría decir que de hecho no es en realidad un turismo rural,

² Principalmente la industrial

sino uno de sol que se realiza en suelo rural. Esta posible denominación muestra el carácter de la práctica que se realiza en el municipio, ya que no es un turismo que se base en las particularidades sociales o productivas rurales, sino que aprovecha el suelo rural para realizar las actividades típicas del turismo de sol (Muñoz, 2017). En la Figura 1 se observa que precisamente para los turistas regionales, principalmente de la ciudad de Medellín, Santa Fe es el destino predilecto, no lo es para turistas nacionales y extranjeros, aunque sigue siendo importante para estos también.

Figura 1. Destinos del departamento de Antioquia visitados por turistas nacionales, extranjeros y regionales, 2018



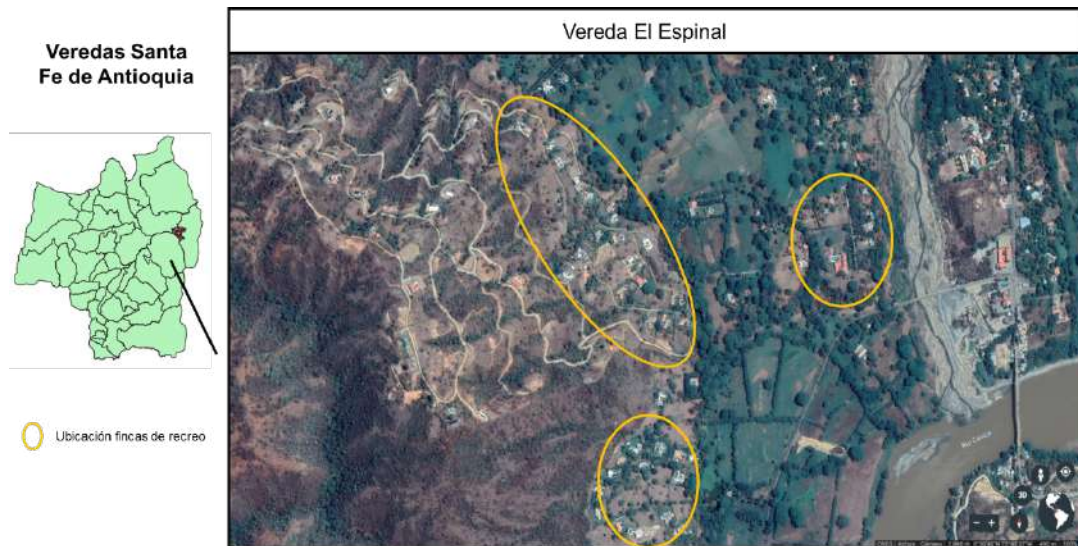
Fuente: SITUR, 2019

Esta predilección de los turistas regionales ha llevado a que desde las inmobiliarias se invierta en la construcción de fincas y apartasoles, tanto para la venta como para el alquiler. Efectivamente, el alquiler de apartasoles y fincas ha crecido rápidamente en el municipio, esto se refleja por ejemplo en la presencia de alojamientos publicados en Airbnb, donde hace 2 años se tenían unas 20 oferta y en 2019 ya son alrededor de 160. Lo mismo ocurre en cuanto a alquiler de fincas de recreo, cada vez se encuentran más ofertas en el municipio vía internet.

Tales construcciones, el clima y la cercanía a la ciudad atraen una alta cantidad de turistas regionales. Esto hace que se transforme el territorio, ya que muchos lugares que

tenían usos productivos ahora son de uso recreativo. Los antiguos propietarios se convierten en muchos casos en mayordomos que cuidan las fincas mientras no hay visita de turistas, lo cual tiende a precarizar las condiciones de vida de la población local. Un caso paradigmático es lo que ocurrió en la vereda El Espinal, donde en este momento es imposible localizar campesinos tradicionales, ya que la mayoría de la población es externa y las construcciones son de segunda residencia. En la Figura 2 se puede identificar fácilmente esto, ya que la mayoría de las nuevas construcciones y que se destinan para el turismo tienen en su interior una piscina, la cual se logra identificar en las fotografías satelitales.

Figura 2. Construcciones turísticas en la vereda El Espinal



Fuente: Elaboración propia con base en Google Earth

3. TURISMO URBANO ¿MUESTRA DE UN POS-TURISMO?

Al analizar la cabecera municipal de Santa Fe de Antioquia también es posible identificar las transformaciones territoriales debido al turismo. En este caso se ha visto reflejado en la salida de residentes del Centro Histórico, ya que la mayoría de estas construcciones son dedicadas para el comercio, prestación de servicios institucionales o son casas de familias de altos ingresos que ya no residen allí y contratan a personas locales para el cuidado de las mismas. Esta transición en el Centro Histórico se debe al costo de mantenimiento de las fachadas tradicionales, ya que son catalogadas como patrimonio nacional y no se pueden hacer intervenciones que cambien su imagen, pero tampoco se puede permitir su deterioro. Por estas razones, las familias adineradas y los negocios son los que pueden costear construcciones localizadas allí.

Ahora bien, el turismo urbano que se está impulsando es el histórico y cultural, debido a la arquitectura con la que se cuenta. Sin embargo, es posible observar que en el día es difícil que se logren realizar actividades como caminatas guiadas y escuchar las historias de la colonia, debido al alto calor y la humedad. Por esta razón, lo que más buscan los

turistas son otro tipo de actividades recreativas que no impliquen estar bajo el sol o si lo están que tengan la posibilidad de refrescarse. Para solucionar esto, se han venido construyendo, al igual que en la zona rural, urbanizaciones con una finalidad turística. Es decir, la organización de los conjuntos se centra en las zonas comunes (piscinas), la distribución interna del apartamento también se centraliza en las zonas de esparcimiento, muy diferente a la distribución que incluso las mismas inmobiliarias realizan en otros municipios (Ver comparación en Figura 3).

Figura 3. Comparación de la distribución de espacios en nuevas construcciones entre Santa Fe de Antioquia (finalidad turística) y Sabaneta (finalidad residencial)



Fuente: Elaboración propia con base en Página Web Grupo Ciudadela (2019)

Lo que se puede observar es que si bien hay un alto potencial para el desarrollo de un turismo urbano de corte cultural, arquitectónico e histórico; las condiciones climáticas dificultan este tipo de actividades e incentivan las asociadas con el sol y el agua. Actores lejanos al municipio ven allí una oportunidad y comienzan a hacer estas nuevas construcciones que, por su ubicación, están generando un cerco sobre la cabecera municipal y más específicamente sobre los barrios residenciales que se encuentran en medio de las nuevas construcciones y el Centro Histórico (Ver Figura 4).

Son estas nuevas construcciones las que, por un lado, han generado una transformación del territorio, ya que expulsan a la población local de sus espacios, actividades y costumbres tradicionales; y por el otro, han llevado a pensar en que Santa Fe sea un

posible destino de pos-turismo. Esto se debe a que parece expresarse en su interior algunas de las características más representativas de esta fase del turismo. En primer lugar, la cercanía entre Medellín y Santa Fe de Antioquia (menos de una hora) hace que el desplazamiento para el disfrute turístico sea mínimo. De hecho, actualmente se está construyendo una vía más rápida en doble calzada que los va a acercar aún más. En segundo lugar, el contacto con los locales es cada vez más limitado, los turistas llegan directamente a los espacios para su disfrute. Muchos de ellos llevan todos los alimentos necesarios desde Medellín, por lo que no hay interacción con la población local.

Figura 4. Construcciones turísticas en la Cabecera Municipal



Fuente: Elaboración propia con base en Google Earth

En tercer lugar, las nuevas construcciones realizan simulacros (Baudrillard, 1978) de las condiciones naturales locales. En muchos casos para el adecuado funcionamiento de las piscinas han talado árboles tradicionales como el tamarindo, ya que sus hojas deterioran el buen funcionamiento de los motores. Por tanto, se agregan especies de árboles que no son tradicionales, pero que estéticamente se acoplan a lo esperado desde los turistas.

En cuanto a las dos últimas características del pos-turismo planteadas desde Molina (2006), se puede decir que no son tan claras para el caso de Santa Fe de Antioquia. La tecnología no ha generado desplazamiento de mano de obra, o no en una alta cantidad, sólo se ha dado a través de la implementación de reservas vía internet. Frente a la última que se basa más en construcciones externas que a recursos propios de los territorios de destino, no es realmente el caso de Santa Fe, ya que precisamente su clima, su cercanía y su historia son los elementos que permiten que se consolide como destino. Por ello, no es del todo concluyente la identificación de la zona urbana como un destino pos-turístico, ya que tiene elementos de esa fase, pero aun comparte otros de fases previas.

CONCLUSIONES

El concepto de pos-turismo es una manera interesante de identificar los efectos de la sociedad contemporánea sobre la práctica turística. Hay que tener en cuenta que esta sociedad no sólo se caracteriza por los aspectos tecnológicos, también por las

transformaciones que ésta ha tenido en el comportamiento de los individuos. Por ejemplo, compartir las imágenes de los destinos visitados es fundamental en esta sociedad de consumo (Bauman, 2007), lo cual lleva a que otras personas tiendan a consumir y demandar prácticas turísticas similares. Es decir, desde mi punto de vista, el concepto es muy interesante, pero es necesario complementarlo con otros para evidenciar adecuadamente lo que sucede en los territorios con presencia de prácticas turísticas.

En el caso de Santa Fe de Antioquia las prácticas turísticas han llevado a una transformación espacial y territorial. Esto tanto en el suelo urbano como en el rural, pues las nuevas construcciones con finalidad turística no se restringen a un lugar específico en el municipio, sino que prolifera a lo largo de la cabecera municipal y de las veredas cercanas a ésta. Es un turismo que ha traído una dinámica económica al municipio, ya que moviliza recursos internamente. Pero también ha tenido un crecimiento descontrolado que ha afectado otras fuentes de ingresos a nivel local y no todos los trabajadores del municipio pueden acceder a puestos estables en las empresas turísticas.

La mayoría de las características del turismo en Santa Fe de Antioquia, hasta el momento, corresponden a decisiones de actores económicos externos. Se atrae una alta cantidad de personas desde el Valle de Aburrá y específicamente de la ciudad de Medellín, lo que hace que las intervenciones en Santa Fe tengan una intención de satisfacer las necesidades de esta población flotante. Por tanto, a pesar que en el municipio parecen darse características de un destino pos-turístico, no es posible afirmar que efectivamente lo sea. Esto se debe a que esas prácticas turísticas vienen definidas más desde afuera que por una decisión clara desde el destino de darle esas condiciones a sus productos turísticos.

En la actualidad el municipio está tratando de planificar de una mejor manera el turismo para que pueda mitigar los efectos y transformaciones territoriales que estas prácticas han tenido en Santa Fe. Algunas de las ideas que se vienen afianzando es la certificación como destino sostenible, para lo cual se viene trabajando entre los diferentes actores locales. De otro lado, también se implementó una remodelación del parque principal y un manual de convivencia del mismo para que se pueda conservar el patrimonio local. Todas estas iniciativas se deben consolidar para que el turismo no siga siendo depredador del territorio, sino que aporte efectivamente al desarrollo humano de Santa Fe de Antioquia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baudrillard, J. (1978). *Cultura y Simulacro*. Barcelona: Editorial Kairós.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Molina, S. (2006). *El postturismo: turismo y posmodernidad*. México: Trillas.
- Muñoz, E. (2017). Territorio de postal: la dualidad del turismo en Santa Fe de Antioquia (Colombia). *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 26(2), 153–174. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v26n2.59237>
- Muñoz, E. (2018). Procesos de territorialización de la globalización a través del turismo. Análisis de las relaciones global-local que promueve este fenómeno. *El Ágora USB*,

18(2), 557–572. <https://doi.org/https://doi.org/10.21500/16578031.3835>

SITUR. (2014). *Estadísticas Turísticas de Medellín y Antioquia 2014*. Retrieved from <http://situr.gov.co/upload/publications/documents/20170307200324000000ResumenAnuario2014.pdf>

UNA MIRADA AL TURISMO RURAL Y DESARROLLO SUSTENTABLE EN COMUNIDADES RURALES COMPLEMENTADO EL XI CITURDES

MGA. Marcela Vargas Sibaja¹

RESUMEN

Del 14 al 16 de noviembre del 2018, en la provincia de Guanacaste, Costa Rica, Universidad Nacional, Sede Regional Chorotega, Campus Nicoya, se efectuó el XI Congreso de Turismo Rural y de Desarrollo Sustentable (CITURDES). Para el cual se realizó un trabajo conjunto para organizar actividades complementarias al CITURDES entre la Universidad y diferentes instituciones; tanto públicas como privadas del Cantón de Hojancha, Guanacaste. Estas se programaron dentro del Congreso y consistían dos giras optativas: una a Namu Nekupe proyecto de ecoturismo implementado en una reserva indígena y otra a Reserva Natural Monte Alto, Coffee Tour Coopepilangosta y Jardín Botánico Hojancha. Además, de una Feria de Emprendedores, en la cual se capacitaron emprendedores de la comunidad, esta se realizó en el parque de Hojancha, lugar donde se efectuaron las conferencias de cierre del CITURDES. Entre los productos ofrecidos en la Feria se podía encontrar: bisutería realizada con semillas de árboles autóctonos, con materiales reciclables, café, cacao, jabones artesanales, pajillas de bambú, repostería, cerveza artesanal, chileras, conservas, artesanía chorotega, etc.

Palabras clave: turismo rural; comunidades rurales; congresos de turismo

ABSTRACT

From 14 to 16 November 2018, in the province of Guanacaste, Costa Rica, Universidad Nacional, Sede Regional Chorotega, Campus Nicoya, was done CITURDES (XI Congress of Rural Tourism and sustainable development) for which a grupo work was done to organize complementary activities to CITURDES between the university and different institutions; (both public and private) of Hojancha, Guanacaste. These activities were programmed with the Congress and consisted of: two optional tours: one to Namu Nekupe ecotourism, a project implemented in an indigenous reserve and another to a nature reserve Monte Alto, a Coffee Tour Coopepilangosta and Hojancha Botanical Garden. The other activity was a fair of entrepreneurs, in which there are trained to participated en the fair, this was in the park of Hojancha, place where the closing conferences of the CITURDES were done. Among the products offered at the fair are: jewellery made with seeds of autochthonous tres and recyclable materials, coffee, cocoa, handmade soaps, bamboo straws, bakery sale, artisan beer, Chorotega handicraft, etc.

Key words: Rural tourism; rural communities; Tourism Congresses

¹ CEMEDE-SRCH (Centro Mesoamericano para el Desarrollo del Trópico Seco, Sede Regional Chorotega, Universidad Nacional), maria.vargas.sibaja@una.cr

INTRODUCCION:

El XI Congreso Internacional de Turismo Rural y Desarrollo Sustentable CITURDES, se realizó del 14 al 16 de noviembre de 2018, en Universidad Nacional, Costa Rica, Sede Regional Chorotega, Campus Nicoya; en la provincia de Guanacaste. Dicho Congreso fue un esfuerzo conjunto entre la Universidad Nacional de Costa Rica y la Universidad Federal del Estado de Río Grande del Sur, Brasil. Esta actividad estaba dirigida a: investigadores del turismo tanto de América Latina como del resto del mundo, miembros de universidades, centros e institutos de investigación turística o disciplinas relacionadas al turismo, estudiantes de grado y posgrado interesados en el estudio de turismo, empresas privadas y sociales de servicios turísticos, instituciones gubernamentales y no gubernamentales y gobiernos locales. El objetivo principal de XI CITURDES era reflexionar sobre el estado y avances de las investigaciones interdisciplinarias sobre el turismo en los espacios rurales a nivel internacional con énfasis en América Latina y el Caribe, con vistas al análisis y difusión de los conocimientos, resultados y aportes más recientes. Dentro de las actividades programadas del Congreso estaban: gira pre congreso, conferencia magistral de bienvenida, ponencias, conferencia de cierre y gira pos congreso. Como actividades complementarias al Congreso, se realizaron tanto la feria de emprendedores como las giras pos y pre Congreso en el Cantón de Hojancha.

OBJETIVO

Crear actividades complementarias al XI CITURDES en el Cantón de Hojancha.

METODOLOGÍA

Área de estudio

Según Rodríguez, Hojancha es el cantón número 11 de la Provincia de Guanacaste, Pacífico Norte de Costa Rica y forma parte del Área de Conservación Tempisque (ACT). Sus coordenadas geográficas están dadas por 09°58'38" latitud Norte y 85°24'39" longitud Oeste (IFAM 2011). El cantón de Hojancha está conformado por los distritos Hojancha, Monte Romo, Huacas y Puerto Carrillo. La precipitación promedio anual de 2500 mm y temperaturas que oscilan entre 19.6 y 34°C (Serrano et al. 16 2005), con una época seca bien marcada de noviembre a abril. Limita al este y sur con el cantón de Nandayure y el Océano Pacífico y al oeste y norte con el cantón de Nicoya (Salazar et al. 2007). Su extensión es de 26.142 hectáreas (Castro 2016) y una población de 7197 personas (INEC 2011).

Figura 1. Provincia de Guanacaste



Fuente: Mapas del mundo. 2018

Las giras y la feria de emprendedores del Congreso, se realizaron en Hojancha, como apoyo a la Municipalidad del Cantón para reconocimiento del mismo como un destino turístico maravilloso.

La metodología para la creación y el desarrollo de las actividades complementarias del Congreso en Hojancha, fue de acción-participación y se realizó a través de tres fases: 1) creación de una propuesta de actividades complementarias 2) formulación y desarrollo de las actividades 3) ejecución de las acciones.

I Fase: Creación de la propuesta de actividades complementarias

En una de las reuniones del Comité Científico del Congreso, se acordó convocar a las instituciones del Cantón de Hojancha, informarles del CITURDES e invitarles a participar en el mismo, construyendo de manera conjunta la propuesta de giras y feria de emprendedores.

Se realizó una convocatoria vía telefónica a las instituciones tanto públicas como privadas de Hojancha, en la cual se indicó la fecha y lugar a presentarse para que representantes del Comité Científico del Congreso informaran del CITURDES y la participación del Cantón en el mismo. Se convocaron un total de 13 instituciones. A esta convocatoria se presentaron: Municipalidad de Hojancha, Área de Conservación Tempisque, Reserva Natural Monte Alto, Coffee Tour Coopepilangosta, Jardín Botánico Hojancha, Vicealcaldesa de la Municipalidad de Hojancha, Oficina de la Mujer de la Municipalidad de Hojancha, Comité Cantonal de la persona joven de Hojancha, Oficina de Gestión Ambiental de la Municipalidad de Hojancha. En esta reunión se tuvo como resultado el inicio de la propuesta de trabajo, ya que los participantes mostraron gran interés en ser parte de CITURDES, se realizaron en conjunto tres reuniones más para presentar ante el Comité Científico una propuesta de actividades complementarias al Congreso. Esta propuesta fue aprobada por el mismo para iniciar su ejecución.

II Fase: Formulación y desarrollo de las actividades de la propuesta

La propuesta aprobada, constaba de dos partes principales: la visita de campo a destinos turísticos (giras) e impulsar a los emprendedores del Cantón.

Para trabajar la parte de visitas de campo, se realizó una lista conjunta de los posibles destinos turísticos existentes en Hojancha, luego de cada uno se analizaron las siguientes variables: el estado de los caminos, posibilidad de alimentación, costo, lo que ofrecen, relación con el congreso, tiempo de traslado, tiempo de visita al lugar, medio de pago; entre otros. En base a este análisis, se seleccionaron para ofrecer en el Congreso:

Tabla 1. Giras ofrecidas en XI CITURDES

TOUR OFRECIDO	FECHA	INCLUYE	\$	HORA Y LUGAR DE SALIDA	MEDIO DE PAGO
PRECONGRESO-HOJANCHA	13/11/18	Funda Pro Reserva Monte Alto: caminata por los senderos, charla y refrigerio Reserva El Toledo, caminata, charla y almuerzo Diría Coffee Tour	\$50	8:00am del parqueo del Campus Nicoya	Pago solamente en efectivo el día de la inscripción
TOUR POSTCONGRESO MATAMBÚ	17/11/18	Vista a proyecto de huerta orgánica Milly y refrigerio Visita a Namu Nekupe: Caminata por los senderos, cataratas, pozas, taller de arcilla Almuerzo	\$30	9:00am del parqueo del Campus Nicoya	Pago solamente en efectivo el día de la inscripción

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Para impulsar a los emprendedores del Cantón, el equipo decidió utilizar las bases de datos de emprendedores existentes en la Oficina de la Mujer de la Municipalidad de Hojancha, Oficina de Gestión Ambiental de la Municipalidad de Hojancha y el Comité Cantonal de la persona joven de Hojancha.

Al obtener estas bases de datos se procedió a revisar la mismas, verificar que los datos estuvieran completos, unirlas y simultáneamente crear tanto la primer convocatoria a los emprendedores como el Formulario de Inscripción al proceso de pre-selección de los mismos (ver en anexo 1). Para lo anterior, se realizaron tres sesiones de trabajo con Vicealcaldesa de la Municipalidad de Hojancha, Oficina de la Mujer de la Municipalidad de Hojancha, Comité Cantonal de la persona joven de Hojancha, Oficina de Gestión Ambiental de la Municipalidad de Hojancha. Una vez aprobados por el Comité científico tanto la base de datos y el formulario, se decidió llamar vía telefónica a cada emprendedor, ya que eran 31 personas y no todas contaban con correo electrónico, acceso a internet por el lugar donde vivían o redes sociales. Las llamadas fueron realizadas por estudiantes asistentes de la SRCH, y en las mismas brindaban información sobre el objetivo que se quería alcanzar y llenaban el Formulario de Inscripción para la selección. De las 31 personas en la lista se logró contactar y llenar los formularios de 27, luego de estos 27 se realizó un proceso de análisis y selección, de estos se seleccionaron 22 para el CITURDES, además, se concluyo que por las variables de: producto ofrecido, capacitaciones recibidas y experiencia de participación en ferias para participar en el Congreso estaban listos 12 emprendimientos, mientras que 10 requerían de un proceso de acompañamiento y capacitación para presentarse en la feria. Por que se trabajó con dos grupos de emprendedores.

Tabla 2. Emprendedores a capacitar para participar en el XI CITURDES

	NOMBRE COMPLETO	NUMERO DE CEDULA	NOMBRE PROYECTO
1	<i>Leonilda Medina Carrillo</i>	<i>5-0189-0866</i>	<i>Chileras El Boyerito</i>
2	<i>María Luisa Caravaca Vargas</i>	<i>5-0175-0789</i>	<i>Chileras El Boyerito</i>
3	<i>Cindy Patricia Zamora Montes</i>	<i>2-0625-0250</i>	<i>AprovechArte Costa Rica</i>
4	<i>Leda Montes Cárdenas</i>	<i>5-0241-0692</i>	<i>Ecofresh Jabones</i>
5	<i>Ezequiel Aguirre Pérez</i>	<i>5-0145-0341</i>	<i>Namu Nekupe</i>
6	<i>Gladyz Mora Bermúdez</i>	<i>5-0198-0944</i>	<i>Namu Nekupe</i>
7	<i>Mildred Villegas Pérez</i>	<i>5-0349-0274</i>	<i>La Huerta de Milly</i>
8	<i>María Eugenia Mendoza Castrillo</i>	<i>5-0258-0477</i>	<i>Artesanías El Chamán</i>
9	<i>Luis Alfredo Agüero Carrillo</i>	<i>5-0357-0422</i>	<i>Miel Hojancha</i>
10	<i>Jennifer Azofeifa Oconor</i>	<i>5-0353-0271</i>	<i>Creaciones DIT</i>

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Tabla 3. Emprendedores invitados a participar en el XI CITURDES

	NOMBRE COMPLETO	NUMERO DE CEDULA	NOMBRE PROYECTO
1	Asociación de Artesanías Hojancheña (Doña Ruth Castillo García)	3002454963	Asociación de Artesanías Hojancheña
2	Dixie Dayana Matarrita Salazar	5-404-0258	Dulce Capricho
3	Jorge Eduardo Moreno Rojas	5-0329-0563	Café (Café Monte Romo)
4	María Lidieth Chávez Méndez	2-0473-0464	Jazis Natural
5	Mairena Quirós Hernández	1-0860-0452	NaturArte
6	Marita Vega Villalobos	5-0290--0228	Planificadora Arave
7	Shirleny Quirós Hernández	5-0302-0485	Artesanías Guapinol
8	Sobeida Ramírez Elizondo	5-0233-0971	Arte Mestizo
9	Rodolfo Barrantes Quirós	5-0185-0874	Pan Casero
10	Fiorella Hernández Castillo	1-1594-0938	Pajillas Bamboo
11	Andrea Leiva Saborío	1-1255-0317	Guanabeer
12	COOPEPILANGOSTA		

Fuente: Elaboración propia, 2018

III Fase: Ejecución de las acciones

En cuanto a las dos giras propuestas, se realizó una reunión con las instituciones involucradas para coordinar los tours, fechas, alimentación, persona encargada de parte de la institución de la gira. Esta parte estaba lista en un 90% desde la II Fase.

Con los emprendedores que requerían de capacitación se estableció que requerían las mismas en temas: financiero, liderazgo y mercadeo, por lo que mediante la Dirección Académica y la Coordinadora de la Carrera de Administración, de la SRCH, Campus Nicoya coordinaron el trabajo con las profesoras que imparten estos cursos: para integrarlos en el trabajo con estas personas. En cada uno de estos cursos seleccionados del I Semestre 2018, se contempla la realización de trabajo en equipo de los estudiantes para la aplicación práctica de contenidos vistos en cada clase para alcanzar un producto de administración financiera, uno de liderazgo y otro de mercadeo. Para ello los

estudiantes se organizarán en equipos no mayores a 5 miembros, y cada equipo realizaba un diagnóstico en cada cursos de cada emprendimiento asignado por el profesor, además debían realizar una propuesta de capacitación para alcanzar un producto (proyección de ventas y costos, proyección necesidades de inversión y riesgos de apalancamiento, tipos de liderazgo, neuromarketing entre otros) y se diseñó un documento denominado módulo de capacitación con los contenidos teóricos y recursos didácticos necesarios para lograr el producto propuesto y lo ejecutarán con las 5 emprendimientos seleccionadas mediante tres sesiones de capacitación por cada uno de estos cursos (en total se impartieron 9 capacitaciones). Todo este trabajo formaba parte de la evaluación de cada curso, como trabajo final del curso y se evaluaba de la siguiente manera: Diagnóstico 5%, Diseño del módulo de capacitación 10%, Ejecución de la capacitación 15%. Para un equivalente al 30% de la nota del curso.

Las 9 capacitaciones se brindaron en el aula de la persona joven de la municipalidad de Hojancha y la SRCH se encargó del transporte de los estudiantes.

La feria de emprendedores se realizó en el Parque de Hojancha como complemento de la Conferencia Magistral de Cierre del Congreso que se realizó en el anfiteatro del mismo parque.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

El análisis de los resultados obtenidos en las actividades complementarias al XI CITURDES fueron sumamente exitosas para todos los que participaron y formaron parte de ellas.

Fue interesante ver como los pobladores del Cantón de Hojancha se acercaron a la Feria de emprendedores y asistieron a la Conferencia Magistral de cierre.

La feria de emprendedores gusto mucho a los participantes del Congreso y se acercaron a diferentes miembros del comité científico para recomendar que en próximos Congresos esta feria se realice durante todo la actividad y no únicamente en la fecha de cierre.

Los emprendedores participantes estaban agradecidos ya que tuvieron buenas ventas, el fortalecimiento de sus capacidades empresariales y conocimientos adquiridos en las capacitaciones les sirve no solo para el congreso sino en su futura vida empresarial y la obtención de un título de participación en la feria de emprendimientos en el XI CITURDES.

Es importante recalcar que las giras no contaron con la participación esperada , asistieron muy pocas personas de los participantes a las mismas debido a los días y horarios de vuelos tanto de ingreso como de salida del país que habían comprado. Los pocos participantes a las giras quedaron fascinados con las bellezas naturales de los lugares visitados y complacidos con la alimentación autóctona brindada.

En cuanto a los estudiantes, en las evaluaciones de los cursos indicaron que realizar este trabajo con personas de las comunidades fue una gran experiencia de crecimiento tanto en su vida académica como personal y recomiendan seguir integrando este tipo de actividades en las evaluaciones de los cursos de la SRCH.

Las instituciones involucradas estaban sumamente agradecidas de haber sido tomadas en cuenta por la Universidad y el Congreso y recomiendan llevar este tipo de actividades a las comunidades rurales más seguido ya que motiva al desarrollo de enfoque territorial de estas lugares.

Personalmente fue una experiencia enriquecedora ver como una actividad complementaria a un congreso de turismo fue tan positiva para una comunidad rural.

BIBLIOGRAFIA

Castro, M. 2016. Fichero Cantonal: Elecciones Municipales 2016. Instituto de Formación y Estudios en Democracia. San José, Costa Rica. 115 p.

IFAM (Instituto de Fomento y Asesoría Municipal). 2011. Cantones de Costa Rica. (en línea) Consultado 20 junio 2019. Disponible en <http://www.ifam.go.cr/index.php/menusecundario/municipalidades/directorio-de-municipalidades/guanacaste/hojancha/>.

INEC (Instituto Nacional de Estadística Censo). 2011. X Censo Nacional de Población y XI de Vivienda 2011. Resultados generales. San José, Costa Rica, 142 p.



Mapas del mundo (en línea) Consultado el 12 julio 2019. Disponible en <https://espanol.mapsofworld.com/continentes/norte-america/costa-rica/provincias/guanacaste.html> 2018

Rodríguez, JJ. ARTÍCULO II de Tesis. Plan de gestión para la adaptación a sequía de los sectores Agropecuarios e Hídrico en el cantón de Hojancha, Guanacaste, Costa Rica. 2018. CATIE

Serrano, M; Campos, J; Villalobos, R; Galloway, G; Herrera, B. 2005. Evaluación y planificación del manejo forestal sostenible a escala del paisaje en Hojancha, Costa Rica. Serie Técnica, Informe 53 Técnico no. 363. Colección de Manejo Diversificado de Bosques no. 33. CATIE. Magister Scientiae. Turrialba, Costa Rica, CATIE. 162 p.

ANEXOS

Anexo 1. Formulario de Inscripción al proceso de pre-selección de los emprendedores

 			
FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN Proceso de pre-selección de Emprendedores XI Congreso Internacional del Turismo Rural Y Desarrollo Humano			
DATOS PERSONALES DE LA SOLICITANTE			
1.-			
Apellidos:			
Nombre:			
Número de identificación:			
Dirección del domicilio:			
Provincia	Cantón	Distrito	
Teléfono domicilio:		Teléfono celular:	
Correo electrónico:			
Nombre de la empresa:		Año de Inicio de la Actividad	
2.-			
Dirección de la Empresa:			
Provincia	Cantón	Distrito	Teléfono de la empresa
Correo electrónico:		SI () NO ()	Estamos en proceso ()
Perfil de Facebook de la empresa:		Posee representante legal	
Esta registrado ante el MIFIC:		SI () NO () Estamos en proceso ()	
Tiene Etiqueta:		SI () NO ()	SI () NO ()
Tiene Emplacamientos:		Tiene algún patente o permisos	
La solicita recibir capacitación de las siguientes opciones:		Agregar Cédula de persona o representante legal	
Financiera () Mercadeo () Administrativa () Legal () Productiva ()		SI () NO ()	
Ha participado en otras ferias:		SI su respuesta es sí, agregara cual sería?	
Posee precio establecido del producto:		SI () NO ()	Cuánto es el monto establecido:
Señale con X la categoría con la cual estaría inscribiendo su solicitud:		Indique Cuel	
1. Textil: Productos utilitarios o decorativos a partir de la transformación de materias primas, como algodón, lana, seda, etc.			
2. Agroindustria: agro-transformación, elaboración de alimentos, cuidado personal, candles.			
3. Artesanía: orfebrería, bisutería (cerámica, madera, vidrio, materiales reciclados, entre otros) artísticos, de bienestar social, hotpedaje, alimentación, sublimación y serigrafía			
5. Producción primaria: Agricultura, la ganadería, la silvicultura, la apicultura, la acuicultura, la caza, la pesca y piscicultura			
6. Experiencias vivenciales: Servicios relacionados con venta de experiencias culturales			
7. Cultural: Emprendimientos dedicados a la promoción de cultura: Literatura, Cuento, cuentos, grupos folclóricos, Pintura artística			
Enumere los productos o servicios que ofrece (órdene en orden de importancia, empezando con el principal)			
1.	3.		
2.	4.		
Otro (Indique):			
Indique el mercado en el cual coloca sus productos (señale con una X):			
1. Comunal	3. Regional	5. Internacional	
2. Cantonal	4. Nacional		
Señale con X como comercializa los productos			
1. Local Propio	3. Domicilio	5. Internet	
2. Ferias	4. Comercios	6. Express	
Señale con X el tipo de organización o empresa			
1. Familiar	2. Individual	7. Cooperativa	8. Asociativa
Otro (Indique):			
Señale con X como obtiene las materias primas o insumos:			
1. En la comunidad	3. Fuera de la comunidad	5. Las recoge como reciclaje	7. Las importa
2. Se las compra a otras	4. Las obtiene de otra forma	6. No las compra	
Firma de la solicitante:		Fecha:	

Fuente: Elaboración propia, 2018

MARICHIWEW: AL RESCATE DEL PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE PURÉN. REGIÓN DE LA ARAUCANÍA, CHILE

Dr. José Marcelo Bravo Sánchez ¹
Mg. Bruno Perelli Soto ²
Mg. Ruddy Zúñiga Oetiker ³
Anastasia Campan Gnecco ⁴

Resumen

Dentro de los diversos factores que sustentan al turismo urbano, la variable cultural es la más respetable ante el conjunto de la sociedad y lo distingue del turismo de masa (Voilier y Zárate, 2007). Ella incluye, la visita a monumentos y museos, asistir espectáculos y eventos, o simplemente dejarse imbuir por el patrimonio local (saberes, hábitos y experiencias), particularmente con lo vinculado al patrimonio histórico-monumental, la cultura popular tradicional y el artístico, construido por la producción simbólica escrita y visual en el espacio urbano. Ello, genera movilidad al interior de una ciudad, y análogamente, forma parte, en menor medida, de las actividades recreativas de la población residente (Clavé, 2004).

En este sentido, la ciudad de Purén (Región de la Araucanía), en las últimas dos décadas ha generado un turismo urbano inspirado en su historia local, arquitectura vernácula, tradiciones, personajes y cultura mapuche; materializados en diferentes espacios comunitarios emplazados en esta urbe sureña, al servicio tanto para el visitante como de la población rural. Al interior de este centro urbano, destacan tres atractivos turísticos: su Plaza de Armas, el Parque Histórico Fuerte Purén, y el Museo Histórico Purenino, que se han consolidado en la memoria colectiva purenina.

Palabras clave: Turismo urbano; patrimonio purenino; cultura mapuche; lugares históricos.

Abstract

Within various factors underpinning to the urban tourism, the cultural variable is the most respectable to the whole of society and differentiates it from massive tourism (Voilier & Zarate, 2007). This includes, memorials and museum visits, shows and events attendance, or simply be imbued by the local heritage (knowledge, habits and experiences), especially with the linked with historical and monumental heritage, the traditional popular culture and the artistic, built by the symbolic production written and visual in the urban space. This

1 Instituto de Historia y Patrimonio. Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Universidad de Chile. mbravo@uchilefau.cl.

2 Departamento de Diseño Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Universidad de Chile. bperelli@uchilefau.cl.

3 Magister en Gestión Cultural. Facultad de Artes. Universidad de Chile. rzoetiker@gmail.com.

4 Alumna Escuela de Arquitectura. Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Universidad de Chile. campananastasia@gmail.com

generates mobility within a city, and similarly, part, to a lesser extent, of the recreational activities of the resident population (Clavé, 2004).

In this sense, the city of Purén (Region of Araucanía), during the last two decades has generated an urban tourism, inspired by their local history, vernacular architecture, traditions, characters and mapuche culture; materialized in different spaces in this southern city, both for visitors and for the native service. Its urban center includes: three tourist attractions, which are its main square, Fort Purén history Park, and the Purén history museum, which have been consolidated in the local collective memory.

Keywords: Urban tourism; Purén's Heritage; mapuche culture; historical places.

Introducción:

Para la Organización Mundial del Turismo (2002), el turismo urbano se define como aquella actividad turística que se centra en los viajes realizados a las ciudades o lugares de alta densidad. A lo anterior, André (1999) agrega los diversos motivos que generan dichos traslados como el ocio, vistas a familiares y amigos, ferias, negocios, estudios, cultura, entre otros. Para autores como Ashworth (1990), Judd, (2003) y Paunero Amigo (2004), esta reciente expresión de turismo, requiere del desarrollo de un cuerpo coherente de teorías, conceptos, técnicas y métodos de análisis, que permitan el estudio comparado para contribuir al común objetivo de entender el particular rol del turismo dentro de la forma y función de las ciudades. Con el transcurrir del tiempo, el turismo urbano se ha entendido como aquella práctica que se realiza sobre el modelo de modo de vida urbano y comprende todas aquellas actividades que realizan no solo turistas y visitantes sino también residentes en una ciudad, ya sean en busca de cultura, recreación o de trabajo (Rodríguez, 2009).

En ese sentido, la ciudad se ha convertido en un espacio y recurso turístico debido al patrimonio cultural que alberga, incluso en ocasiones, su atracción deriva de su patrimonio inmaterial difícilmente explicable, pues la ciudad ejerce un atractivo imaginario basado en su propia historia y tradición (Voilier y Zárate, 2007). En otros casos, es el propio paisaje urbano, íntimamente ligado con el patrimonio cultural, uno de los principales recursos turístico de una ciudad. Paisaje urbano y turismo conforman una realidad compleja, indisoluble, de fuerte impacto económico, medioambiental, social y cultural (Clavé, 2004).

Respecto a lo anterior, la ciudad de Purén ha logrado desarrollar al interior de sus límites urbanos un turismo cultural basado en el movimiento de personas que tienen como objetivo central el conocimiento de las expresiones culturales mapuches, visitando preferentemente monumentos, espacios públicos y lugares históricos-artísticos en el tiempo de ocio (Parker, y Moreno, 2015). Esta experiencia consiste en no solo visitar sino también vivir la historia de los pureninos por medio de la cercanía con sus legados cívicos históricos y culturales. Adicionalmente, está el acercamiento a las costumbres y los modos de vida mapuche.

Objetivo: Analizar cómo la gestión turística local ha revalorizado tanto el patrimonio tangible como el intangible, a través del pasado histórico, cultural y guerrero que convergen en la ciudad de Purén, gracias a rol que juega en este proceso sus respectivos actores sociales de raigambre mapuche.

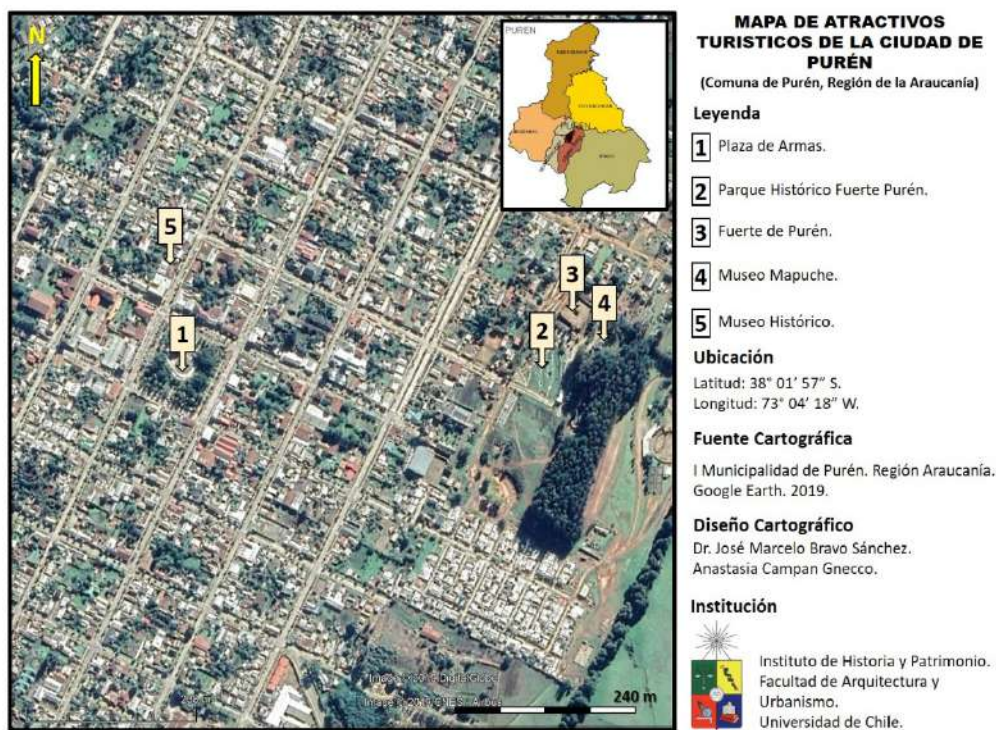
Metodología: En primera instancia, la metodología considera una etapa exploratoria – descriptiva, que relaciona trabajo de gabinete con experiencia en terreno, estrechamente vinculados con el pasado histórico y cultura ancestral de la comunidad Purenina y su emplazamiento territorial. Con el fin de poder determinar los principales hitos turísticos al interior de la ciudad de Purén. Ello ha permitido delimitar 5 hitos urbanos de un número total de 27 recursos turísticos en la comuna. Dichos hitos urbanos de acuerdo a sus características y cualidades materiales e inmateriales permiten que dan cuenta de diversos periodos históricos por lo que ha pasado esta comuna, desde el dominio de los ancestrales purenes, pasando por la conquista española, el proceso de la “Pacificación de la Araucanía”, hasta los testimonios locales del siglo XIX y XX. Destacan en cada uno de estos puntos turísticos a la historia local, personajes históricos locales pureninos, arquitectura vernácula indígena y urbana, patrimonio natural, lugares de encuentro comunitario, artefactos, entre otros, que han sido aportados a sus muestras museográficas, tanto por la comunidad como por organizaciones locales (Skewes, et al, 2012). También, dentro de su análisis está la funcionalidad que tienen estos sitios urbanos para los habitantes de Purén. Posteriormente, estos hitos urbanos se analizaron como recursos turísticos y patrimoniales se contrastaron con el Pladetur 2016 realizado en Purén, para determinar la relevancia que tienen como factores de desarrollo turístico en la economía local y su influencia en el sector turístico de Purén, lo que ha permitido determinar la cantidad y características de sus usuarios, apoyándose en la correspondiente estadística de este documento de planificación turística. Complementariamente, se ha realizado un FODA, para determinar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, de las que son afectos los cinco hitos turísticos de la urbe purenina, tanto a un nivel interno como extrínseco a sus fuera de los límites comunales; para ello, se empleó una muestra de 58 encuestas a oriundos de la comuna. Finalmente, es estableció que la imagen objetivo que se debía ofrecer de Purén por parte de los visitantes, está entorno a una de sus principales atracciones como: el fuerte de la Pacificación, debido a su carga histórica, paisajística y cultural, lo que ha dado origen al parque municipal que lo cobija y es replicado en diversos imaginarios presente en las calles pureninas. Consolidándose en la mentalidad de los habitantes, más que un símbolo de ocupación, si no por lo contrario, entendido como una señal de victoria del pueblo purenino por sobre el invasor.

Resultados

Al interior de la comuna de Purén, cuyo topónimo hace alusión a “tierra de pantanos”; se destacan 27 atractivos turísticos, de los cuales 5 de ellos se ubican en el área urbana: su plaza de armas, el parque histórico fuerte Purén, y el museo histórico purenino. (Figura 1). La gestión turística local ha revalorizado tanto el patrimonio tangible como el intangible, a través del pasado histórico, cultural y guerrero que convergen en la ciudad de Purén,

gracias a rol que juega en este proceso sus respectivos actores sociales de raigambre mapuche.

Figura 1. Mapa de Atractivos Turísticos de la Ciudad de Purén.



Fuente: Instituto de Historia y Patrimonio. Universidad de Chile. 2019.

Primeramente, la plaza cívica posterior a su remodelación del año 2009, cubre una superficie aproximada de 10.000 m², equipada con un moderno sistema de iluminación, áreas verdes y jardines, además de una gran fuente central diseñada en forma de kultrún, con juegos de luces y un orfeón al que se le incorporaron baños y oficinas. Cabe destacar que en dicha remodelación tuvo una participación activa de la comunidad y de las organizaciones locales en el diseño de su propio espacio público, por lo cual no es de extrañar que este espacio cívico aluda a diversos motivos de la cultura mapuche. (Figura. 2).

En relación a su pileta central, que se caracteriza por poseer una forma de "kultrún", de la cual emergen 14 chorros de agua, que hacen alusión a la gesta de los catorce de la fama que se enfrentaron a las hordas mapuches de Lautaro (Bengoa, 1999). Los nombres de este valiente contingente español están inscritos en una placa recordatoria donada por el Rotary Internacional sobre una piedra de granito instalado en esta plaza.

Esta plaza es, además, un lugar de diversas actividades artísticas y económicas favorecido a muchos actores locales. Su peak de actividad se manifiesta principalmente en los meses de enero y febrero, cuando celebra su aniversario, durante la realización del Festival de la Frutilla, un evento que reúne a artistas populares chilenos y humoristas, además se elige a la reina del pueblo, quién en un llamativo carro alegórico debe recorrer

las calles principales saludando a locales y visitantes. De igual modo, se en ella se realiza la festividad de “Ayekantün”, que, en mapudungun, significa “divertirse alegremente”, con cuentos, bailes y música. También es escenario de una particular y refrescante “Fiesta de la Bombita de Agua”, que consta de una batalla hídrica entre pureninos, para mitigar las altas temperaturas en época estival.

Figura 2. Plaza de Armas y Fiesta Ayekantün en la Plaza de Armas de la Ciudad de la Ciudad de Purén.



Fuente: José Marcelo Bravo Sánchez y Depto. de Cultura. I. Municipalidad de Purén. 2019.

La feria artesanal en la Plaza de Armas de Purén se ha convertido en una tradición en el marco de las actividades del verano que organiza el municipio local; en dicha feria, los turistas que la visitan puedan adquirir y observar lo mejor de los artesanos locales y cuyas artesanías son de alguna manera, la representación de una cultura ancestral.

Otro atractivo turístico urbano es el parque histórico Fuerte Purén, que forma parte de las obras de remodelación de la comuna, realizadas en 2014. Este parque urbano de 14.650 m² de extensión, consta con diversos elementos característicos a nivel local, tales como esculturas talladas en madera vinculadas con la cultura mapuche (el toqui Pelantaro montando a caballo y dos mujeres mapuche y una ruka de uso comunitario, así como también contempla la construcción de un mirador hacia el área urbana de la ciudad, un área de juegos infantiles y senderos peatonales por todo el recinto con acceso y señalética de accesibilidad universal. No obstante, en noviembre del año 2017, la ruka fue quemada por antisociales. La pérdida de este lugar significó una tragedia, ya que en este lugar trabajaban de forma permanente artesanas, haciendo manualidades y gastronomía mapuche. (Figura. 3).

Tan sólo cinco cuadras al este de la Plaza de Armas de la comuna y próximo al parque histórico se encuentra el Fuerte de la Pacificación o Fuerte Republicano, cuyo origen se fundamenta en que Purén se ha mantenido históricamente como centro estratégico para la ofensiva y avance colonizador. Su diseño arquitectónico corresponde a una empalizada de planta cuadrangular construida principalmente a base de madera. Cuenta con cuatro atalayas (torres de vigilancia), en cada una de las esquinas del perímetro amurallado. Al interior se encuentra una bandera chilena. Su construcción se remite a la incursión del

ejército chileno en los territorios ubicados al sur de la frontera. Se erigió por órdenes del Coronel Cornelio Saavedra el 25 de noviembre de 1868. Posterior a su abandono, se cubrió de vegetación y basura. Siendo restaurando en el año 1970, a petición de la reina de la fiesta de la Primavera. Actualmente, es considerado localmente un icono defensivo de sus tierras contra el dominio español y luego contra el Estado chileno.

Figura 3. Parque Histórico Fuerte Purén y Fuerte de la Pacificación o Fuerte Republicano.



Fuente: José Marcelo Bravo Sánchez. 2019.

A un costado del fuerte se encuentra el Museo Mapuche de Purén, que contiene diversas piezas relacionadas con la etnia mapuche en la comuna, además de especies nativas de la flora y fauna de Chile. En la actualidad, exhibe sus muestras en un edificio municipal que se ubica dentro del área del Fuerte. Su misión es contribuir a la reconstrucción de la historia local de Purén y la Región, a través de la conservación y exposición de material arqueológico pertenecientes a la cultura mapuche. (Figura. 4).

Figura 4. Muestra mapuche al interior del Museo Mapuche de Purén.



Fuente: José Marcelo Bravo Sánchez. 2019.

Su tradicional muestra resguarda la historia mapuche tanto del período prehispánico arqueológico, la resistencia al dominio de la corona española durante la Guerra de Arauco durante los Siglos XVI-XVIII, y la ocupación de su territorio por parte de las fuerzas del Ejército de Chile a fines del S. XIX. Dentro de las colecciones que posee el museo se agrupan principalmente, la textilería del siglo XIX-XX y objetos de uso ritual de la cultura, platería mapuche, fotografías del S. XX, una colección arqueológica de líticos mapuches, alfarería del periodo pre hispánico- hispánico-mapuche y una colección de ciencias naturales de mamíferos y especies de la cordillera de Nahuelbuta.

El último atractivo turístico de esta urbe sureña es el Museo Histórico de Purén, próximo a la Plaza de Armas, precisamente en Calle Urrutia. Este edificio es custodio de diversos artefactos, archivos e imágenes de la historia y cultura purenina. Este museo nace de la iniciativa de la Agrupación Cultural Purén Indómito en el año 2001, para el rescate y conservación de la historia e identidad purenina. Su respectiva muestra museográfica se agrupa en colección histórica con objetos de uso domésticos, instrumentos musicales, ornamentales y juegos de mediados del siglo XX, fotografías del siglo XIX-XX, mobiliario; colección numismática, colección platería mapuche; colección Malú Gatica que reúne fotografías, textiles, joyas e instrumentos musicales; colección Tulio Mora de documentos y colección de la industria del ferrocarril. Últimamente, se ha sumado a estas colecciones de pureninos notables el cómico de fama nacional “Bombo Fica”, que ha aportado a la muestra con vestimenta, trofeos, galvanos y fotografías en diversos escenarios, que aluden a su meteórica carrera artística. (Figura. 5).

Figura 5. Muestra de la actriz chilena Malú Gatica al interior del Museo Histórico de Purén.



Fuente: José Marcelo Bravo Sánchez. 2019.

De acuerdo al Pladetur realizado en el año 2016 por el municipio de Purén, estos cinco recursos turísticos son el 19% de un total de 27 atributos que fueron detectados por diversos actores sociales al interior de esta comuna. Entre estos actores estaban primeramente las comunidades, el municipio, empresarios, ONG's y otras organizaciones públicas y privadas. Es así, como los cinco atractivos urbanos están en una categoría 1, que corresponde a recursos turísticos consolidados que son valorados no solo por un

interés económico sino también por sus atributos sociales, culturales y patrimoniales; por lo cual, no es de extrañar que, por su peculiaridad, sean capaces de atraer a visitantes no solo locales sino también aquellos que provienen de fuera de los límites comunales.

De acuerdo a este documento de planificación municipal se detectó que el 31,8% de los visitantes a la comuna provenían de la Región de la Araucanía, un 26,9% de la Región del Bío Bío, y un 40,8 % de las visitas al resto del país. Mientras que, tan solo un 0,5% corresponde a turistas extranjeros. Siendo la principal motivación de su visita el recorrido por atractivos turísticos de tipo cultural e histórico (84%).

Del punto de vista de la característica de turistas que disfrutan de los atractivos urbanos pureninos están primeramente la demanda local con 58%; luego están viaje de parejas con 20%, familiar con 9%, amigos con 7%, individual con 4% y Otros con 2%. Sin embargo, después de la época estival su demanda turística baja a un 25%, en donde sus demandantes son principalmente estudiantes, turistas nacionales y profesionales.

En cuanto a la imagen-objetivo existe una coincidencia unánime entre los actores sociales del turismo realizado en la comuna de Purén. Este imaginario se aprecia claramente en el fuerte de la pacificación, ya que este ícono urbano que tiene presencia geográfica, histórica, patrimonial, ceremonial y cultural debido no solo a su arquitectura vernácula, sino también por ser considerado como un “tesoro o botín de guerra” heredada por los purenes a los actuales pureninos y no como un símbolo de conquista u ocupación foránea, por lo cual, es una señal de advertencia para aquel invasor que deséese usurpar estos ancestrales dominios. Por ello, no es de extrañar que este fuerte se aprecie en diversas expresiones materiales como fotografías, baldosas y basureros. (Figura. 6).

Figura 6. Baldosa y basurero que tienen como imaginario turístico y cultural al fuerte de la pacificación de Purén.



Fuente: José Marcelo Bravo Sánchez. 2019.

Finalmente, el FODA realizado por el Pladetur en relación a los atributos turísticos del pueblo de Purén demostró que entre sus fortalezas se encuentra una sólida componente

cultural que se expresa en una óptima conservación de su patrimonio histórico, la existencia de infraestructura complementaria del punto de vista hotelero y servicios turísticos, y existen actores sociales claves altamente comprometidos con el desarrollo turístico purénino, a través de programas y políticas vinculados a esta actividad económica. Mientras, que en relación a las debilidades de los atractivos turísticos urbanos están la escasez de ordenanzas municipales pro turismo, deficiencia de coordinación entre el sector público y privado, no existe una clara imagen objetivo de turismo para definir al pueblo de Purén como destino turístico y problemas de señaléticas que guíen hacia los lugares citados. En cuanto a sus oportunidades se aprecia una mayor asociatividad entre los empresarios turísticos locales con sus pares de comunas aledañas, mejoramiento de infraestructura vial y conectividad al interior del territorio, aumento en la demanda turística por la oferta de turismo cultural, patrimonial y etnológico en la Región de la Araucanía y posibilidad de financiamiento de proyectos por medio de fondos concursables a nivel regional y nacional. Por último, las amenazas que deben sortear estos recursos patrimoniales se cuenta a la estacionalidad, la competencia turística con otras comunas mapuches, la exigua difusión de estos recursos turísticos por parte de la municipalidad y el poco compromiso y desconexión de algunos habitantes con el medioambiente y su patrimonio cultural mapuche.

Conclusiones.

La comuna de Purén no sólo merece un reconocimiento por sus méritos naturales, por su geografía y sus paisajes, sino también por su historia local, arquitectura vernácula y cultura autóctona, que se parecía en los vestigios de la conquista y la pacificación de la Araucanía.

En el caso de Purén, la conjunción de diversas instituciones públicas y privadas es un avance importante en la salvaguarda del patrimonio local y más cercano a sus habitantes que le permiten revalorar su identidad territorial y de pueblo originario.

La configuración de un nuevo eje articulador del turismo cultural y en la educación patrimonial e histórica en esta ciudad debe, necesariamente, superar las debilidades propias del territorio purerino, del deterioro arquitectónico vernáculo y el menoscabo patrimonial, en casos extremos, el propio desconocimiento de los habitantes.

La implementación de una serie de productos culturales y patrimoniales en la ciudad de Purén, no sólo busca la recuperación de la infraestructura sino, además, inyectar recursos a la población e instituciones locales en términos económicos, sociales, históricos y culturales.

Por último, tan importante como la participación de los líderes públicos y privados, los habitantes (convenientemente capacitados) deben estar involucrados en recuperar su patrimonio ancestral. Por lo mismo, a ellos también corresponde convertirse en líderes proactivos para la organización y propuesta del proyecto de la Ruta Turística Histórica y Patrimonial Mapuche, como se ha ido conformando desde hace una década en Purén.

Bibliografía

André, M.E. (1999). Turismo urbano y la segmentación motivacional: aplicación econométrica a la ciudad de Barcelona. Tesis Doctoral. Universidad de Barcelona. Barcelona, España.

Ashworth, F.J. (1990). Heritage planning. Conservation as the management of urban change. Geo Pers. Groningen.

Bengoa, J. (1999). Historia de un conflicto. El Estado y los mapuches en el siglo XX. Santiago: Editorial Planeta.

Clavé, A. (2004). "Ocio, turismo y ciudad hacia una agenda de trabajo interdisciplinar. VV.AA. VI Congreso de Turismo y Empresa. Turismo cultural y urbano. Ed. Tirant lo Blanch. Valencia, España.

Judd, D. R. (2003). El turismo urbano y la geografía de la ciudad. EURE, Vol. 29, N° 87, pp.51 – 62.

Municipalidad de Purén (2017). Pladetur.

OMT (2002). Previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado. Volumen 7. Turismo: panorama 2020. Madrid.

Parker, C. & Moreno, A. (2015). Turismo indígena urbano, ¿innovación identitaria?. Atenea, N° 512, pp. 231 – 246.

Paunero Amigo, X. (2004). "Patrimonio Histórico y Turismo Cultural, un dialogo necesario en el desarrollo local de los espacios periféricos". Turismo y Patrimonio, N° 4, 89-101.

Rodríguez, J.E. (2009). Turismo urbano y sistema territorial. Almería, modelo emergente. Revista Nimbus, N° 23-24, pp. 171 – 181.

Skewes, J; Henríquez, C. & Pilquimán, M. (2012). Turismo comunitario o de base comunitaria: una experiencia alternativa de hospitalidad vivida en el mundo Mapuche. Tralcao sur de Chile. CULTUR 06, 73-85 [en línea]. Disponible en: <http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano6-edicao2/5.chile-mapucho.pdf> (consultado en marzo de 2019)

Violier, P & Zárata, M.A. (2007). Turismo urbano y políticas para su gestión en Francia y España. Estudios geográficos, Vol. 2, N° 2, pp. 169 – 179.

DESARROLLO DE PEQUEÑOS DESTINOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE SU PATRIMONIO.

CASO DE ESTUDIO: TURISMO RURAL GASTRONÓMICO EN TOMÁS JOFRÉ, PROVINCIA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

Lic. María del Rosario Conde¹

Dra. Daniela Thiel Ellul²

Resumen

El patrimonio ha tenido siempre un rol fundamental para el turismo. Su creciente reconocimiento ha contribuido a la expansión y diversificación del sector. Esto le ha dado la posibilidad a muchos destinos de ser parte de esta actividad.

Una modalidad que ha crecido en las últimas décadas, que toma de base el patrimonio local, es el turismo rural. Por ello, el presente trabajo se enmarca en la línea que pretende investigar el turismo en pequeños destinos rurales que promueven su patrimonio. En concreto se analiza el caso de Tomás Jofré (Prov. de Buenos Aires), un pueblo de cerca de 200 habitantes donde la gastronomía local ha impulsado esta actividad.

El objetivo de esta investigación es estudiar la evolución de la oferta gastronómica asociada al turismo en Tomás Jofré. La metodología utilizada consiste en la recopilación de información a través de fuentes primarias (trabajo de campo, entrevistas) y secundarias (entes oficiales, investigaciones, artículos académicos). Los principales resultados reflejan que hubo un notable crecimiento de la actividad turística en la localidad, y particularmente de la oferta gastronómica y esto ha repercutido en la región. También se advierten percepciones diferentes acerca de la situación actual y futura del destino por parte de los responsables de los establecimientos.

Palabras clave: turismo, patrimonio, desarrollo local, turismo gastronómico, espacios rurales.

Abstract

Heritage always had an important role in tourism. Its growing recognition contributed to the expansion and diversification of this sector. This has given the possibility to many destinations to be part of this activity.

One of the segments that has grown in recent decades, which takes as its ground the local heritage, is rural tourism. This paper is within the framework that aims to research small destination's tourism promoting their heritage. Specifically, the article focuses on

¹Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo, Escuela de Economía y Negocios – Universidad Nacional de San Martín, Argentina. mconde@unsam.edu.ar

²Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo, Escuela de Economía y Negocios – Universidad Nacional de San Martín, Argentina. daniela.thielellul@unsam.edu.ar

gastronomic tourism in Tomás Jofré (Prov. Buenos Aires). In this small rural town of 200 inhabitants, local food is the most relevant tourist attraction.

The principal research objective is to analyze the gastronomic offer evolution associated with tourism in Tomás Jofré. The methodology used consists of collecting information through primary sources (fieldwork, interviews) and secondary sources (official institutions, investigations, academic articles). Main results reflect a remarkable growth in the gastronomic offer and affluence of visitors as well, that it had multiple effects on the region. Furthermore, there are also contrasting views about current and future situation of the destination, on the part of those responsible for gastronomic establishments.

Keywords: tourism, heritage, local development, gastronomic tourism, rural areas.

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace décadas el turismo a nivel mundial viene experimentando un crecimiento y expansión (OMT, 2019). Asimismo ha demostrado la capacidad que tiene de recuperarse rápidamente de las crisis, de generar empleo y entrada de divisas. Por lo tanto, ha sido considerado una actividad que puede traer grandes beneficios y transformarse en un motor clave de desarrollo. Sin embargo, en algunos casos este crecimiento también llevó a que se tome conciencia sobre los impactos negativos que puede producir el turismo (Milano, 2017; Vera et al., 2013).

Dentro de las principales problemáticas se pueden mencionar el deterioro de destinos turísticos por la masificación, la pérdida de biodiversidad, el cambio climático, la contaminación, los conflictos sociales, entre otras. Por ello, el concepto de sustentabilidad ha tomado una gran relevancia. La necesidad de alcanzar un desarrollo sustentable y hacer frente a estas problemáticas mencionadas se evidencia en el documento Objetivos del Desarrollo Sostenible (PNUD-OMT, 2019). Puntualmente en el turismo es necesario que esta actividad haga un uso óptimo de los recursos ambientales, que respete la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas y que proporcione beneficios socioeconómicos viables y duraderos para todos (PNUMA-OMT, 2006). Autores como Cañada et al (2017) hacen referencia a las transformaciones que requiere el sector para alcanzar estos objetivos.

Afortunadamente en las tendencias internacionales se empieza a visualizar un cambio positivo respecto a ello. Estudios y estadísticas desarrolladas por la OMT demuestran que, -mientras que el crecimiento del turismo convencional -de masas o de consumo- se da a un ritmo del 4,5% al 5% anual, el *turismo alternativo* -no convencional y más sustentable- crece a doble dígito, entre el 21% y 22%. Según Recanatesi (2011) esto revela “cambios de actitud y comportamientos que se apoyan cada vez más en una lenta, pero irreversible, toma de conciencia a preservar el medio ambiente y dar un contenido más significativo a nuestra existencia” (p. 94).

Como consecuencia de ello se observa cada vez más una diversificación del turismo hacia nuevas modalidades más sustentables. Éstas tienen una relación más armoniosa con la naturaleza y hacen énfasis en los valores naturales, culturales y sociales del

territorio. Entre ellas se destaca el turismo cultural y en relación a éste el turismo rural y gastronómico.

Estas modalidades de turismo han tomado gran importancia en el mundo y particularmente en Argentina. Por ello, el presente trabajo se enmarca en la línea de investigación que pretende estudiar el desarrollo de la actividad turística en destinos a partir de la puesta en valor de su cultura, patrimonio local y naturaleza. En concreto el objetivo es estudiar el surgimiento y la evolución del turismo en Tomás Jofré (provincia de Buenos Aires, Argentina) desde la perspectiva de su oferta gastronómica.

Esta investigación -que está en curso- es llevada a cabo por el Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo (CIDEtur-EEyN, UNSAM). En el año 2007, el CIDEtur ya había realizado una investigación en dicha localidad con el fin de estudiar el surgimiento de la actividad turística. Transcurrido más de diez años reviste interés indagar acerca de la evolución del turismo en este pequeño pueblo rural y sus características actuales.

Dado que el destino tiene como atractivo principal la oferta gastronómica, la primera etapa de la investigación (desarrollada en esta publicación) se centra en analizar la evolución de la oferta de restaurantes y locales de venta de productos regionales. En una segunda etapa se estudiará el perfil de la demanda que elige este destino (actualmente se están procesando datos de encuestas ya efectuadas).

En base a ello, la presente ponencia se estructura en siete apartados. En el apartado dos se presenta el marco teórico que da sustento a la investigación. En el siguiente se exponen los objetivos de esta ponencia y seguidamente la metodología. En el quinto apartado se presenta el área de estudio, luego los resultados y se finaliza en el séptimo apartado con las conclusiones.

2. MARCO TEÓRICO

Entre las modalidades de turismo existente se puede destacar el turismo cultural y sus submodalidades que se centran en la cultura, el patrimonio y su puesta en valor (Duis, 2018). Al respecto, Pastor Alfonso (2003) afirma que el turismo siempre ha tenido un aspecto cultural ya que gran parte de los viajes que se han realizado en la historia estuvieron motivados por conocer a las *otras culturas*, por ver distintas manifestaciones de interés artístico, estético o histórico.

Al hablar de cultura, Ander Egg (como se citó en Bartolucci y Álvarez, 2011) señala dos aspectos. El primero de ellos es acerca de la cultura como modelo de ser, hacer y pensar y conjunto de obras e instituciones. Es decir, hace referencia a las cosas que los hombres crean y utilizan (objetos, herramientas, maquinarias) y lo que se da en el plano intelectual (saberes, creencias, valores, hábitos, modos, usos). El segundo aspecto es el de la cultura como creación de un destino personal y colectivo. Este refiere al modo de vida que han adquirido los distintos grupos humanos y las personas, que han conservado y transmitido.

Asociado a la cultura y el turismo se encuentra el patrimonio. Es importante destacar, tal como lo describe Arévalo (2004), que “todo lo que se aprende y transmite socialmente es

cultural. Los bienes patrimoniales constituyen una selección de los bienes culturales, es decir que son las expresiones más relevantes y significativas culturalmente” (p. 929). Por ello, el patrimonio conforma el sustrato de símbolos y representaciones sobre el que se desarrolla la identidad de un pueblo. Su puesta en valor lleva al fortalecimiento de la comunidad además de promover el acceso a la diversidad cultural y su disfrute. Asimismo, entendido como un recurso puede considerarse un factor de desarrollo económico capaz de dinamizar la economía local, generar empleo y un marco de calidad de vida como consecuencia de la restauración y conservación del destino (Bartolucci, 2011). Por otro lado, el uso turístico del patrimonio puede contribuir a fortalecer la identidad de una comunidad a través de la puesta en valor, recuperación y activación del mismo (Prats, 2006).

Por lo tanto, al hablar de turismo cultural se hace referencia a aquellos viajes en los que los turistas buscan nuevas experiencias culturales y están motivados por conocer los rasgos materiales, intelectuales, espirituales y afectivos que caracterizan a los grupos humanos de los destinos visitados (Duis, 2018). Dentro del turismo cultural Bartolucci y Álvarez (2011) destacan que hay distintas submodalidades, entre otras el **turismo rural** y el **turismo gastronómico**.

El turismo rural es una de las modalidades de turismo que se ha vinculado fuertemente a la puesta en valor del patrimonio local dado que lleva al redescubrimiento del patrimonio, las costumbres y actividades de comunidades rurales (Toselli, 2006). Definir este tipo de turismo presenta algunas complicaciones. No todas las actividades que se realizan en zonas rurales son consideradas turismo rural ni tampoco todos los países toman los mismos criterios para definir cuando un área es considerada rural. Según la Organización Mundial de Turismo (como se citó en Román y Ciccolella, 2009) “el término turismo rural se utiliza cuando la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido” (p. 14).

Según el entonces Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (actual Secretaría de Agroindustria) a través del Proyecto Nacional de Turismo Rural (como se citó en Román y Ciccolella, 2009) se define al turismo rural como “toda modalidad turístico-recreativa que se desarrolla en establecimientos del ámbito rural o en sus inmediaciones y que permite al visitante conocer, compartir y aprender otras costumbres y tradiciones a través de actividades cotidianas, productivas y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos rurales” (p. 15). Destaca además que el turismo rural debe fundamentarse sobre criterios de sustentabilidad.

Los primeros antecedentes de turismo rural en Argentina se encuentran en el siglo XIX cuando comienza el acercamiento de los visitantes a la vida rural. Sin embargo, recién a partir de la década de 1970 se puede considerar el inicio de esta modalidad (Varisco, 2016; Schlüter, 2003).

Las razones que impulsaron el turismo rural son diversas. Varisco (2016), quien analiza el turismo rural desde un enfoque sistémico en Argentina, destaca que el surgimiento de la oferta se dio a partir de la crisis del sector agropecuario, que llevó a que la rentabilidad de algunos establecimientos entre en declive. Pese a que la crisis del sector tuvo

características diferenciadas en las distintas regiones del país, en muchos casos el turismo se tomó como una opción capaz de complementar a la producción de materias primas. También impulsó el surgimiento de la oferta el interés en poner en valor espacios y recursos turísticos para favorecer el desarrollo local.

El surgimiento de la demanda de esta modalidad de turismo se justifica a partir del cambio en el comportamiento de los turistas más activos e interesados en conocer diferentes patrimonios, escapar del estrés de la ciudad y el poder realizar viajes cortos a lugares en contacto con la naturaleza. Esto es denominado comúnmente *tendencia contra-urbana*. Refiere a que mientras que cada vez más personas deciden irse a vivir a las ciudades en búsqueda de mejores oportunidades también eligen cada vez más alejarse de la ciudad en sus períodos de ocio y esparcimiento (Barrera y Muñoz, 2003).

Por último, Toselli (2006) destaca que el “turismo rural en Argentina incorpora prácticas culturales que estaban en desuso, revaloriza costumbres y hábitos campesinos y recupera antiguos procesos y actividades vinculadas a la producción agrícola-ganadera” (p. 177). Esto contribuye a la preservación del patrimonio, de la memoria colectiva y la identidad local. También favorece el arraigo y reactiva las economías locales.

Otra de las modalidades de turismo vinculado fuertemente a la puesta en valor del patrimonio local es el turismo gastronómico. Según Oliveira (2011) al turismo gastronómico se lo puede definir como “el desplazamiento de visitantes, tanto turistas como excursionistas, cuyo motivo principal de viaje es la gastronomía, que involucra prácticas que van desde el mero desplazamiento del lugar de residencia hacia un restaurante donde degustar un plato; el desplazamiento hacia un determinado destino para aprender a preparar determinados alimentos y hasta la realización de rutas gastronómicas con la intención de aprender algo más sobre cierta gastronomía, entre otros” (p.44).

Respecto de esta modalidad de turismo la Organización Mundial de Turismo en el Foro Mundial de Turismo Gastronómico (OMT, 2017) destaca que el patrimonio cultural inmaterial detrás de la elaboración de un plato se puede convertir en un factor diferenciador capaz de añadir valor a un destino. Además permite transmitir los hábitos y tradiciones locales y así favorecer el respeto por la cultura y la comunidad visitada.

Respecto de su vínculo con el turismo cultural, Fusté-Forné (2016) destaca que “la gastronomía típica que se asocia a cada contexto es parte del patrimonio de las sociedades, un trazo de su identidad que se refleja a través del cultivo, los productos y platos típicos, o las formas de servir y consumir” (p. 6). Es decir que la comida es un símbolo territorial, no sólo representa una cultura sino también a la naturaleza y el arraigo de los seres humanos al territorio. La historia de la gastronomía, los alimentos que se consumen, la forma en que se cocinan, en que se come, habla de los valores culturales, de las prácticas sociales y de cómo se define a una sociedad.

Las modalidades de turismo rural y turismo gastronómico tienen mucho potencial en Argentina. Por un lado, en el país hay aproximadamente 2.500 pequeños pueblos

(INDEC, 2010) que conservan su cultura rural y cuentan con una gran cantidad de elementos patrimoniales. Por el otro, la gastronomía argentina es muy amplia y diversa dado que es el resultado de la unión entre sabores nativos y los de la cocina de distintas partes del mundo como consecuencia de las migraciones. Es decir que a la combinación de la cocina de los pueblos originarios, africanos y criollos se suman posteriormente la de poblaciones como la cocina italiana y española principalmente, pero también alemana, francesa, armenia, turca, rusa, judía (de diferentes nacionalidades), peruana, paraguaya, boliviana, entre otras (OEA, 2019).

3. OBJETIVOS

El *objetivo general* del presente trabajo es estudiar el surgimiento y la evolución de la oferta turístico-gastronómica en la localidad de Tomás Jofré (provincia de Buenos Aires, Argentina) principalmente entre los años 2007 y 2018.

A tal fin, se plantean los siguientes *objetivos específicos*:

- Indagar acerca de la modalidad de turismo rural gastronómico, las características que tiene particularmente en la localidad de Tomás Jofré y conocer su patrimonio gastronómico local.
- Estudiar la evolución de la oferta de servicios turísticos-gastronómicos de la localidad, principalmente entre los años 2007 y 2018.

4. METODOLOGÍA

Para cumplimentar los objetivos de investigación propuestos, en primer lugar se realizó una revisión bibliográfica acerca del turismo rural y el turismo gastronómico. Se recurrió a información suministrada por entes oficiales, investigaciones y artículos académicos sobre dichas temáticas. Luego, a fin de caracterizar el área de estudio se indagó sobre las particularidades que tiene la localidad de Tomás Jofré, su patrimonio y su actividad turística. Para ello, se analizó la información disponible en diversas fuentes tales como INDEC, Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, municipio de Mercedes y demás organismos públicos.

Posteriormente, para el estudio de la oferta turístico-gastronómica de la localidad se inició en el año 2018 una actualización del estudio efectuado en el año 2007 por CIDEtur-EEyN que consistió en la recopilación, sistematización y análisis de la información disponible sobre la oferta de restaurantes y locales de productos regionales en el destino. Inicialmente se recurrió a páginas web y contactos telefónicos y luego se complementó con un trabajo de campo ejecutado en la localidad en varias etapas.

Los relevamientos se realizaron el día sábado 05/05/18 para el estudio de la oferta de restaurantes y los días 25/11/18 y 02/12/18 para el relevamiento de los locales de venta de productos regionales. Consistió en entrevistas en profundidad semiestructuradas a los responsables de dichos establecimientos, con preguntas vinculadas a las características de su establecimiento- edificaciones y de funcionamiento- su método de producción y personal ocupado; perfil de los visitantes que los eligen y por último preguntas vinculadas a cómo

advierten que fue la evolución de su establecimiento y la localidad y que percepción tenían acerca del futuro del destino.

A partir de los datos recopilados de los establecimientos gastronómicos y locales de venta de productos regionales se realiza una descripción de las características actuales de la localidad. Además se presenta un análisis comparativo con los resultados obtenidos en el trabajo de investigación desarrollado durante el año 2007 por el CIDeTur-EEyN para describir la evolución de la actividad turística en Tomás Jofré desde la perspectiva de su oferta turístico-gastronómica.

5. ÁREA DE ESTUDIO

La localidad de Tomás Jofré está ubicada sobre la ruta 42 (a 5 km de su intersección con la ruta nacional N°5) en el partido de Mercedes (provincia de Buenos Aires, Argentina). Se encuentra a aproximadamente 15 km de la ciudad de Mercedes y a poco más de 100 km de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Tiene una población de cerca de 200 habitantes (INDEC, 2010) y conserva las características y la tranquilidad de un pequeño pueblo de campo. En sus aproximadamente veinte manzanas las casas son bajas, con calles de tierra y rodeadas de campos dedicados a la agricultura y la ganadería.

La historia de este pueblo está ligada a los inmigrantes y al ferrocarril. A tal punto que la denominación del poblado es Jorge Born, pero se ha hecho popularmente conocido por el nombre de su estación del ferrocarril, la estación Tomás Jofré, perteneciente al ramal G del Ferrocarril General Belgrano. El nombre de la localidad proviene del propietario de la compañía inmobiliaria La Franco-Argentina, que en 1900 realizó el loteo de tierras donde varias familias de inmigrantes se instalaron allí. El nombre de su estación se debe al hombre que en el año 1905 consiguió que se desvíe el trazado del tren para que llegue a la localidad y construyó una precaria estación en el pueblo, que aún hoy se conserva.

Tomás Jofré se dedicó tradicionalmente a la agricultura y la ganadería y el ferrocarril era su principal medio de transporte. No solo era el medio para comercializar la materia prima y los productos de campo de la localidad hacia otros centros urbanos sino también para abastecer al pueblo de la mercadería que carecía. Cuando en 1990 el ramal G del Ferrocarril General Belgrano dejó de funcionar el pueblo se quedó sin uno de sus principales medios de transporte y fuente de empleo. Esto generó la necesidad de desarrollar otras alternativas de trabajo para evitar la migración de su población hacia otros centros urbanos en búsqueda de oportunidades laborales. Si bien la gastronomía en la localidad se había iniciado a mediados de la década de 1920 con un almacén de campo, recién a partir de esta crisis es que comenzó a aumentar significativamente la cantidad de establecimientos gastronómicos. Este hecho convirtió a Tomás Jofré en un afamado polo gastronómico pionero en la zona.

Esta pequeña localidad cuenta actualmente con 20 restaurantes, 8 locales de venta de productos regionales y más de 60 puestos de artesanos que se instalan en la plaza

central del pueblo. Esto suele convocar a más de 4.000 visitantes por fines de semana que concurren principalmente por el día a disfrutar del lugar.

6. RESULTADOS

6.1. Características del turismo rural gastronómico en Tomás Jofré y su patrimonio local

La gastronomía es el atractivo principal del pueblo. Este hecho fue corroborado por el CIDeTur en la investigación realizada en el año 2007 al demostrar que la motivación de los visitantes era la de ir a almorzar. Como principal atractivo secundario los visitantes destacan en su mayoría, el hecho de que se trata de un *ámbito rural, tranquilo y en contacto con la naturaleza* (CIDeTur-CIET, 2011). En la nueva investigación llevada a cabo en el año 2018 se advierte que, desde la perspectiva de la oferta, no hay cambios en las motivaciones de los visitantes. Los principales atractivos aún hoy son la gastronomía y las características del pueblo.

En este destino la oferta gastronómica principal son el asado y las pastas. De hecho, históricamente, los restaurantes cuentan con un menú llamado *menú libre* que es el más solicitado y consiste en una entrada compuesta por chacinados mercedinos, quesos, empanadas, entre otros. Luego, el plato principal de pastas y/o asado. De los 20 restaurantes actuales, el 85% ofrecen ambos platos, el 10% sólo parrilla y el 5% restante sólo pastas. El postre puede ser flan, budín de pan, helado, dulce de membrillo y queso, entre otros. La bebida es libre y las opciones son vino de la casa, gaseosa, agua, jugos de fruta, entre otras.

Estas comidas ofrecidas en el pueblo son de las más consumidas por los argentinos, y representan diversos aspectos de la historia del país. En el caso del consumo de las carnes, ésta siempre fue parte de la dieta de los argentinos. Particularmente, dado que conformó la base de la alimentación de los hombres de campo, se la vincula fuertemente con el gaucho, la producción de materias primas y el modelo económico denominado *agroexportador* desarrollado en la segunda mitad del siglo XIX. Dada la calidad de la carne argentina y las diversas formas de cocinarla, es que adquirió gran popularidad a nivel mundial.

El consumo de pastas tiene su origen en las inmigraciones de Argentina de fines del siglo XIX y comienzos del siglo XX. Llegaron poblaciones de todas partes del mundo, pero destacan notablemente las comunidades de Italia, España, Alemania, Francia, Gran Bretaña, entre otras. Este hecho revolucionó la gastronomía Argentina ya que llevó a un sinnúmero de nuevas recetas, nuevos alimentos, otras formas de cocción y condimentación (OEA, 2019; Balmaceda en Zunini, 2017).

Es de destacar que las mayores influencias en la gastronomía argentina la dieron los italianos y los españoles. Sin embargo, muchas comunidades de migraciones anteriores y posteriores tuvieron sus aportes, al igual que las comunidades originarias de América.

Puntualmente, de los italianos no sólo se heredó el hábito de comer pastas sino también diversas costumbres ligadas a cuándo se consumen algunos alimentos y a compartir la mesa en reuniones. Tal es el ejemplo de la tradición de muchas familias de comer juntos los domingos.

Esto se observa en el perfil de la demanda que asiste a los restaurantes de Tomás Jofré. Se trata de grupos de familiares, amigos y jubilados. Además de los habitantes del partido de Mercedes también concurren de los partidos aledaños pero sobre todo de Gran Buenos Aires y de Ciudad de Buenos Aires. También reciben turistas internacionales, pero de manera ocasional.

Este hábito de reunirse los fines de semana se combina con las actividades de excursionismo en la localidad de Tomás Jofré ya que además de cumplir con una tradición lo hacen en otro ámbito. La mayoría de los visitantes viven en la ciudad y por ello eligen visitar un pequeño pueblo rural. Por ello, tradicionalmente los restaurantes están abiertos sábados, domingos y feriados.

Por último, para complementar con la oferta de restaurantes y locales de venta de productos regionales hay en la plaza central del pueblo una feria con una gran diversidad de productos. Además algunos establecimientos ofrecen servicios para *día de campo*, cabalgatas, entre otras.

6.2. Evolución de la oferta turístico-gastronómica

A partir de la investigación realizada sobre la historia de la localidad de Tomás Jofré se observa que el surgimiento de la oferta gastronómica en el pueblo se dio a partir de almacenes de ramos generales que abastecían a los habitantes de la zona. El primero de ellos (Silvano) abrió sus puertas a mediados de la década de 1920 al que luego se le sumaron dos establecimientos más, uno a comienzos de la década de 1930 y otro a finales de la de 1940.

Pedro Silvano llegó de Italia en 1905. Era piamontés, de Castel San Pietro, lo mismo que su señora, Enriqueta Gatti. Se establecieron en Tomás Jofré en 1907. Conociendo ella el oficio de cocinera y habiendo él trabajado en una fábrica de chacinados, inauguraron ese mismo año la primera fábrica de chacinados y embutidos de la zona (Mercedes). En 1924 abrieron un almacén de ramos generales que daba de comer a los paisanos del lugar y que también servía para los banquetes de bodas y reuniones de la zona. La fama del único plato principal ofrecido, unos raviolones a la manteca -cuya receta se fue heredando en cada generación-, fue traspasando la localidad. Los comentarios atrajeron a comensales de otros lugares. El almacén de ramos generales se transformó en restaurante y así fue creciendo el negocio que después Silvano sólo no pudo atender. Otros almacenes de ramos generales, como La Casona de Tomás Jofré de comienzos de 1932, y el del entrerriano Tomás Rolando Fronteras, que funcionó desde 1948, fueron convirtiéndose a la actividad gastronómica hacia la década de 1960 y ampliaron el menú hacia las carnes asadas.

Años más tarde, hacia fines de la década de 1990 el ramal ferroviario que llegaba a la estación de Tomás Jofré dejó de funcionar lo que generó un gran impacto en la localidad. A ese suceso se sumaron las distintas crisis que sufrió el sector rural. Esto llevó a la necesidad de desarrollar otras alternativas de trabajo y la actividad turística se tomó como una posibilidad capaz de rehabilitar la localidad. De esta manera es que comenzó a aumentar significativamente la cantidad de establecimientos gastronómicos que continuaron ofreciendo los mismos platos.

Junto al surgimiento de establecimientos gastronómicos también se dio el de los locales de venta de productos regionales. Al igual que los restaurantes, los primeros de estos establecimientos abastecían a los habitantes de la zona. Pero a partir del crecimiento de la actividad turística también se diversificaron y aumentó la cantidad de este tipo de emprendimientos. Dado que en su mayoría fueron llevados a cabo por habitantes de la zona, esto repercutió tanto en la localidad como en la región, ya que generó nuevas oportunidades laborales.

A continuación se presenta un análisis comparativo entre las investigaciones realizadas por el Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo en los años 2007 y 2018, a fin de conocer con mayor profundidad los cambios ocurridos en la oferta gastronómica entre estas fechas.

6.2.1. Oferta de restaurantes

Al año 2007, en el primer trabajo de campo efectuado, se registraron en la localidad un total de 12 restaurantes y una capacidad total de 2.776 cubiertos disponibles. A poco más de diez años de esa investigación se observa que la cantidad de establecimientos gastronómicos ascendió a 20 y la de cubiertos totales a 4.500 aproximadamente.

Es importante destacar que a pesar del crecimiento observado entre los años analizados hay periodos intermedios en los que hubo fluctuaciones de la actividad y algunos establecimientos no han logrado sobrevivir en el proceso. Esto se advierte en la antigüedad de los establecimientos relevados en 2018 ya que el 70% de ellos tiene menos de 10 años con su dueño actual (*ver tabla 1*). También se observa en el hecho de que de los 12 restaurantes entrevistados en el año 2007 sólo la mitad continúan en actividad, otros dos establecimientos están abiertos pero con otra firma y dueño, un restaurante conservó la firma pero cambió de dueño y tres se encuentran cerrados.

Estas fluctuaciones responden en parte a la situación económica del país en diferentes años y a las particularidades del sector que se ve afectado por diversos factores (la existencia de temporadas, los factores climáticos, eventos organizados en la zona, existencia de los fines de semana largos, etcétera). Asimismo, hay una mayor oferta de pueblos en la zona; sin embargo los responsables de los establecimientos gastronómicos afirman, en su mayoría, que esto no impacta a la localidad por tratarse de otro tipo de productos turísticos que tienen otro público.

Tabla 1. Cantidad de restaurantes, según año de inicio de actividad con su dueño actual. Años 2007 y 2018.

Inicio de actividad con el dueño actual	Cantidad de establecimientos	
	2007	2018
...-1980	3	2
1981-2000	3	2
2001-2005	4	2
2006-2010	2	0
2011-2015	-	8
2016-...	-	6
Total	12	20

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Capacidad agrupada (cantidad de cubiertos) de los establecimientos. Años 2007 y 2018.

Cantidad de cubiertos	2007		2018	
	Cantidad de restaurantes	%	Cantidad de restaurantes	%
Hasta 100 cubiertos	3	25,0	6	30,0
101-200	3	25,0	6	30,0
201-300	4	33,3	2	10,0
301-400	1	8,3	5	25,0
Más de 400	1	8,3	1	5,0
Total	12	100	20	100

Fuente: elaboración propia.

En lo que respecta al tamaño de los establecimientos, al comparar ambos períodos se advierte que hay un predominio de restaurantes de hasta 300 cubiertos en ambas investigaciones. Se observa que, en cuanto a la cantidad, el mayor crecimiento corresponde a los establecimientos pequeños y medianos (de menos de 200 cubiertos) que se han duplicado y pasan a representar el 60% del total en 2018 (*ver tabla 2*). Esto se debe a que si bien la afluencia de visitantes fue relativamente en aumento la mayor competencia hace que se ajusten por tamaño; aunque muchos clientes mantienen la fidelidad hacia ciertos restaurantes.

6.2.2. Oferta de locales de venta de productos regionales

Al realizar el mismo análisis con los locales de venta de productos regionales se advierte en principio que no hubo un cambio significativo en la cantidad de establecimientos, que pasó de 6 locales en 2007 a 8 en 2018 (*ver tabla 3*).

De los 6 locales entrevistados en el año 2007, se observa que sólo la mitad continúa en actividad. Dos de ellos, se mantienen con la misma firma pero han cambiaron de dueño, 1 continúa con la misma firma y dueño, 1 local se transformó en restaurante, y los 2 restantes han cerrado. Se advierte que, al igual que ocurre con los restaurantes, se trata de una actividad con un gran dinamismo y con fluctuaciones. Algunos establecimientos logran mantenerse a lo largo de los años, otros no; hay casos en los que deben reconvertirse para no correr la misma suerte; y se suman nuevos emprendimientos.

Es importante señalar que se observa una diversificación en la oferta de productos. Entre los productos que se comercializan se destacan: fiambres y chacinados, dulces, miel, conservas, panadería, vinos, aceite, lácteos, productos de almacén y artesanías. Desde la

perspectiva de los productos que se venden en los locales, estos se pueden clasificar en tres grupos:

- Los locales que venden productos regionales, de almacén y panadería: 5 locales
- Locales que venden antigüedades y/o regalería: 2 locales
- Los locales que venden productos de vivero: 1 local

Los locales de mayor antigüedad son los que además de la venta de productos regionales abastecen a los habitantes de la localidad mientras que los más nuevos son en general los que incorporaron la venta de antigüedades y regalería al pueblo. Es decir, la diversificación de la oferta se observa en la apertura de los últimos establecimientos.

Tabla 3. Cantidad de locales de venta de productos regionales, según año de inicio de actividad con el dueño actual. Años 2007 y 2018.

Inicio de actividad con el dueño actual	Cantidad de locales	
	2007	2018
...-1997	3	2*
1998-2002	1	0
2003-2007	2	0
2008-...	-	6
Total de locales	6	8

Fuente: elaboración propia.

* dado el cambio en el perfil de los locales de venta de productos regionales, en la investigación realizada en el año 2018 se incluye a un establecimiento que en el año 2007 existía y no había sido tenido en cuenta, por tratarse de un almacén.

Asimismo, se advierten transformaciones en el tipo de emprendimiento que realizan. Uno de los dueños de un local de venta de antigüedades mencionó que durante 10 años tuvo un puesto en la feria de artesanos hasta que finalmente logró abrir un establecimiento. Por otro lado, el dueño de un local de venta de productos regionales transformó su emprendimiento en un restaurante. Y finalmente una familia cuenta tanto con restaurante como con un local de venta de productos regionales.

6.2.3. Evolución y perspectiva futura acerca de Tomás Jofré

Respecto de la percepción que tienen los responsables de establecimientos acerca de la evolución de la localidad (últimos cuatro años) y la perspectiva futura (próximos dos años) se observa que en algunos aspectos son diferentes y en otros hay una falta de precisión en las respuestas. Esto deja en evidencia la incertidumbre que el contexto socioeconómico les genera y la situación particular que por sus propias características vivencia cada establecimiento.

En general, coinciden en afirmar que ha aumentado la cantidad de visitantes y el desarrollo de la localidad en materia turística. A su vez destacan que no se observa tanto crecimiento en la cantidad de personas empleadas ni en la cantidad de habitantes que residen en Tomás Jofré en los últimos cuatro años.

La mayoría de ellos coinciden en afirmar que lo que ocurrirá en el futuro depende en gran medida de la situación del país, el turismo es un sector sensible a las crisis pero también uno de los que más rápidamente se recuperan de ellas. Los responsables de los restaurantes alegaron también que en los últimos años se han efectuado diversas obras y se ha avanzado en la promoción de la localidad. Además la Municipalidad de Mercedes manifestó un interés en la localidad. Pero consideran que es necesario seguir con el trabajo en conjunto y que se requieren mayores controles y limitaciones para resguardar la actividad y garantizar la sustentabilidad de la actividad turística. Al respecto sostienen que es necesario seguir con el trabajo en conjunto entre los comerciantes, vecinos y las autoridades municipales.

7. CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos de la investigación se observa que efectivamente el patrimonio gastronómico y los aspectos culturales (ambiente de campo) de este pequeño pueblo rural son las motivaciones principales que impulsan la actividad turística. Este hecho convirtió a Tomás Jofré en un polo gastronómico pionero en la región.

Además, se advierte que los establecimientos gastronómicos tuvieron la mayor relevancia. Ellos fueron los impulsores de la actividad turística, dándole a Tomás Jofré una alternativa a las actividades agrícola-ganaderas tradicionales. Por ello, el estudio de la evolución de la oferta gastronómica es fundamental para analizar el desarrollo de la actividad turística.

A través del estudio de la evolución de la oferta es posible advertir que hay un crecimiento de la actividad turística en la localidad. Se observa que la mayoría de los visitantes que concurren a Tomás Jofré lo hacen en el marco de una de las tradiciones de los argentinos de juntarse en familia o con amigos los fines de semana. Pero además se suman las motivaciones de excursionismo dado que buscan ámbitos distintos a los espacios urbanos en que viven, como es el caso de las zonas rurales, en contacto con la naturaleza y la historia argentina.

Finalmente, es importante destacar que el crecimiento de la actividad turística y la popularidad de la localidad les dieron la posibilidad a los habitantes de la región de realizar emprendimientos y generar oportunidades laborales. Sin embargo, se advierte preocupación por parte de algunos entrevistados acerca de la falta de control y planificación del destino y su crecimiento desmedido.

Por ello, se considera fundamental el trabajo en conjunto de la comunidad local y las instituciones públicas para garantizar la continuidad de la actividad turística en la localidad.- Además es necesaria una gestión del territorio con perspectiva integral con el fin de minimizar los impactos que pueda generar el turismo sobre el destino, ya que el ámbito rural, la tranquilidad del campo y el contacto con la naturaleza son las motivaciones por las que los visitantes eligen continuar con la tradición de comer en familia o con amigos en ese ambiente. Por lo tanto, asegurar que la actividad turística no

afecte a estas características del pueblo permitirá que Tomás Jofré siga siendo un destino turístico elegido y promover un desarrollo sustentable.

BIBLIOGRAFÍA

Arévalo, J. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. *Revista de estudios extremeños*, Vol. 60, Nº 3, 2004 (pp. 925-956). Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1125260>

Barrera, E.; Muñoz, R. (2003). *Manual de Turismo Rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales*. Serie de Instrumentos técnicos para la microempresa rural. Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola. Programa de apoyo a la microempresa rural de América Latina y el Caribe. Disponible en: https://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/promer_manual_de_turismo_rural_2003.pdf

Bartolucci, C.; Álvarez, M. (2011). Módulo III: Identidad, Cultura y Turismo. En *Cultura y Turismo* (pp. 262-326). Buenos Aires, Argentina: Secretaría de Cultura.

Cañada, e.; Karschat, k.; Jäger, l.; Kamp, c.; Man, f.; Mangalas, s.; Maurer, m.; Monshausen, a.; Plüss, c.; Rutherford, a.; Tremel, c. (ed.). (2017). *Transforming Tourism. Tourism in the 2030 Agenda*. Berlin.

CIDeTur-EEyN – CIET (2011): *La Gastronomía como Atractivo Turístico y Factor de Desarrollo. El caso de Tomás Jofré. Documento Integral*, Serie Estudios sobre Turismo No.1. Buenos Aires, UNSAM.

Duis, U. (2018). Apuntes para la construcción del turismo cultural a partir del análisis de la oferta cultural-patrimonial y su demanda por el sector turístico del Quindío. *Turismo y Sociedad*, xxii, pp. 125-149. Disponible en: <https://doi.org/10.18601/01207555.n22.07>

Fusté-Forné, F. (2016). *Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario*. Universitat de Girona, España. Recuperado de: <https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/view/1166/1505>

INDEC (2010). *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Disponible en: <https://www.indec.gob.ar/index.asp>

Milano, C. (2017). *Overtourism y Turismofobia: Tendencias globales y contextos locales*. Barcelona: Grupo de Investigación Interdisciplinar GRIT - OSTELEA. Disponible en: http://www.ub.edu/escult/psss/ostelea_informe_overtourism_y_turismofobia.pdf

Oliveira, S. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino. El Turismo Gastronómico en Mealhada– Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 20, núm. 3, pp. 738-752. Centro de Investigaciones y Estudios

Turísticos. Buenos Aires, Argentina. Disponible en:
<http://www.redalyc.org/pdf/1807/180717583012.pdf>

OEA (2019). *Argentina - Síntesis histórica de la migración internacional en Argentina* (en línea). Sistema Continuo de Reportes sobre Migración Internacional en las Américas. Organización de los Estados Americanos. Disponible en:
<http://www.migracionoea.org/index.php/es/sicremi-es/17-sicremi/publicacion-2011/paises-es/53-argentina-1-sintesis-historica-de-la-migracion-internacional-en-argentina.html>

OMT (2019). *¿Por qué el turismo?* (en línea). Organización Mundial de Turismo. Disponible en: <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

-(2017). *III Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT*. Disponible en:
http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/conclusiones_3er_foro_mundial_turismo_gastronomico_esp.pdf

Pastor Alfonso, M.J. (2003). El patrimonio cultural como opción turística. *Horizontes Antropológicos*, 9(20), 97-115. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832003000200006>

PNUD-OMT (2019). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo- Organización mundial de Turismo.

PNUMA-OMT (2006). *Por un turismo más sostenible: Guía para responsables políticos*. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y OMT-Organización Mundial del Turismo. OMT, Madrid.

Prats, L. (2006). La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias. *PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, nº 58, mayo 2006, pp. 72-80. Disponible en:
<http://www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/2176>

Recanatesi, V. J. (2011). La dimensión cultural del turismo rural. En *Cultura y Turismo* (pp. 92-102). Secretaría de Cultura, Buenos Aires, Argentina.

Román, M. F.; Ciccolella, M. (2009). *Turismo rural en Argentina: concepto, situación y perspectivas*. Buenos Aires, Argentina. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Buenos Aires, Argentina. Disponible en:
http://argus.iica.ac.cr/Esp/regiones/sur/argentina/Documents/DesRural/Tur_Rural/Libro_Turismo_Rural.pdf

Schlüter, R. (2003). *El turismo en Argentina. Del balneario al campo*. Centro de Investigaciones y Estudio Turísticos (CIET). Buenos Aires, Argentina.

Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. ISSN 1695-7121 (pp. 175-182). Disponible en:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88140204>

- Varisco, C. (2016). Turismo Rural: Propuesta Metodológica para un Enfoque Sistémico. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14 (1), 153-167. Disponible en: <http://www.redalyc.org/html/881/88143642011/index.html>
- Vera F., López F., Marchena, M. y Anton, S (2013). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia, España: Tirant Humanidades
- Zunini, P. (25 de mayo de 2017). Daniel Balmaceda: "El inmigrante revolucionó la cocina de nuestro país". Infobae. Disponible en: <https://www.infobae.com/grandes-libros/2017/05/25/balmaceda-el-inmigrante-revoluciono-la-cocina-de-nuestro-pais/>

TURISMO COMUNITARIO COMO ESTRATEGÍA DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA EN LA COMUNIDAD DE SAN ANTONIO, BAJA CALIFORNIA SUR

M.A.E. Javier Alberto Arce Meza¹
Dr. Alberto Francisco Torres García²
Dr. Gustavo Rodolfo Cruz Chávez³

Resumen

En las últimas décadas el turismo ha experimentado un crecimiento exponencial; su diversificación ha sido clave tanto para la consolidación de los mercados como para la conservación del medio ambiente y la promoción del desarrollo. Precisamente, los viajes relacionados con la naturaleza y la cultura se han posicionado como una modalidad dentro de las actividades rurales, donde el visitante interactúa con el sitio para conocer más de su historia y patrimonio. Como una actividad específica, el senderismo ha adquirido relevancia para pequeñas comunidades al brindarles, en algunos casos, la oportunidad de capacitarse e insertarse favorablemente en la dinámica del turismo.

En el presente trabajo se desarrollará una estrategia para promover el turismo comunitario en San Antonio, Baja California Sur. Teniendo como objetivo la reactivación económica de la localidad, y tras una revisión teórico-conceptual, en un primer apartado se identificarán los puntos de interés histórico, cultural y natural representativos. En la segunda sección, tomando en consideración a los actores claves, se definirá el sendero por el cual se ha de guiar al turista. Finalmente, se establecerán recomendaciones para implementar la estrategia que promueva la reactivación económica y, al mismo tiempo, permita a la comunidad preservar sus costumbres, creencias y rasgos distintivos.

Palabras clave: Turismo, Turismo comunitario, Senderismo, Estrategia.

Abstract

In recent decades, tourism has experienced exponential growth; Its diversification has been key both for the consolidation of markets and for the conservation of the environment and the promotion of development. Precisely, travel related to nature and culture have been positioned as a modality within rural activities, where the visitor interacts with the site to learn more about its history and heritage. As a specific activity, hiking has become

1 Departamento Académico de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. jarce@uabcs.mx

2 Departamento Académico de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. atorresg@uabcs.mx

3 Departamento Académico de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. gcruz@uabcs.mx

relevant for small communities by providing them, in some cases, the opportunity to train and insert themselves favorably into the dynamics of tourism.

In the present work a strategy will be developed to promote community tourism in San Antonio, Baja California Sur. Having as objective the economic reactivation of the locality, and after a theoretical-conceptual revision, in a first section the points of historical, cultural and natural representative interest will be identified. In the second section, taking into consideration the key actors, the path by which the tourist is guided will be defined. Finally, recommendations will be established to implement the strategy that promotes economic reactivation and, at the same time, allows the community to preserve its customs, beliefs and distinctive features.

Keywords: Tourism, Community tourism, Hiking, Strategy.

INTRODUCCIÓN

Durante las últimas seis décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo [CITATION Org12 \l 2058]. Su práctica se encuentra anclada a los territorios debido a los valores ambientales, el entorno paisajístico y el patrimonio cultural que estos proveen para llevar a cabo distintas actividades relacionadas al ocio, el descanso y la recreación [CITATION Pal16 \l 2058].

Gracias a su importancia económica para las naciones, el turismo ha venido transformando la manera en la cual se lleva a cabo. Una de las corrientes actuales, y que ha ganado presencia en el mercado, son los viajes relacionados con la naturaleza y la cultura. El turismo de naturaleza se encuentra considerado dentro de las actividades rurales donde el visitante no es un observador, sino que interactúa con el sitio visitado, teniendo como finalidad el conocer más sobre la historia y cultura del lugar. En sus modalidades, el turismo comunitario resalta como un instrumento importante para lograr el desarrollo económico, la inclusión social y el cuidado ambiental, por lo que la implementación de estrategias para su práctica resulta interesante.

El turismo comunitario plantea un uso diferente del territorio y sus recursos, tanto por quienes proporcionan el servicio, como por parte de los usuarios, pues implica prácticas de valoración ambiental *in situ*, el reconocimiento del patrimonio cultural de las comunidades y su interacción con las mismas. En este sentido, se trata de un turismo relativamente más consciente e integrado y con posibilidades de generar beneficios económicos y sociales principalmente en el nivel local [CITATION Pal16 \l 2058]. Indudablemente el turismo comunitario se complementa con la práctica del senderismo, que podemos definirla como aquella actividad en la que el visitante transita en una travesía definida, la ruta cuenta con cédulas de información y a su vez es guiado por quien ofrece la actividad [CITATION SEC08 \l 2058].

El turismo comunitario es relativamente reciente y se remonta a la década de los ochenta del siglo XX. Surge en países de menor desarrollo de América Latina, África y Asia, en

contextos rurales habitados por comunidades campesinas y pueblos originarios [CITATION Aze08 \l 2058] y [CITATION Cañ12 \l 2058]. Su origen se relaciona con varios aspectos: en primer lugar, la mayoría de las comunidades rurales han registrado un deterioro de su calidad de vida debido a la crisis del sector agropecuario y las limitaciones que presentan las políticas públicas para atender e impulsar adecuadamente la difícil situación por la que transitan, por lo cual se hizo evidente la necesidad de explorar actividades alternativas a las convencionales en aras de identificar nichos para complementar el ingreso y empleo de la población rural.

En segundo, los territorios propiedad de comunidades campesinas e indígenas, albergan importantes recursos forestales, mineros, energéticos y agrícolas que se han visto inmersos en una creciente mercantilización debido a los proyectos de inversión desplegados por el Estado y empresas privadas nacionales y trasnacionales, lo que ha generado modelos extractivos, procesos de despojo, desplazamientos involuntarios de población y profundos impactos ambientales y ecológicos. Esto incluye los proyectos de turismo a gran escala comandado por grandes cadenas hoteleras y empresas inmobiliarias que han generado transformaciones adversas en los espacios donde se logran implantar [CITATION Qui04 \l 2058] y [CITATION Hal09 \l 2058].

En este marco surge el turismo comunitario referido principalmente a una actividad sustentada en emprendimientos productivos donde la propiedad y gestión de los recursos patrimoniales se llevan a cabo por la comunidad, con arreglo a prácticas de participación social colectiva y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes [CITATION Mal05 \l 2058].

Por su parte, el senderismo interpretativo, que cada vez tiene mayor fuerza en nuestro país, se entiende como una actividad de turismo alternativo dentro del segmento de ecoturismo, donde el visitante transita a pie o en transporte no motorizado, por un camino a campo traviesa predefinido y equipado con cédulas de información, señalamientos y/o guiados por intérpretes de la naturaleza, cuyo fin específico es el conocimiento del medio natural y cultural local. Los recorridos son generalmente de corta duración y de orientación educativa.

Así las cosas, los senderos interpretativos se definen como infraestructuras organizadas que se encuentran en el medio natural, rural o urbano para facilitar y favorecer al visitante la realización y recreación con el entorno natural o área protegida donde se emplace el sendero. Los senderos interpretativos se pueden plantear desde distintas perspectivas, resaltamos algunas de ellas: para racionalizar y reducir al mínimo el impacto humano en zonas naturales; como ejes de recuperación del patrimonio cultural e histórico, como recurso didáctico e interdisciplinario que favorece la educación ambiental y la recreación en el entorno natural, o para despertar sensaciones y percepciones de los visitantes. [CITATION SEC05 \l 2058].

Tomando en cuenta lo anterior, en el presente trabajo se desarrollará una estrategia para promover el turismo comunitario en San Antonio, Baja California Sur, a partir del

senderismo. Para ello, se debe trazar y delimitar la ruta por la cual se ha de guiar al turista. La ruta estará diseñada a partir de los puntos de interés histórico, cultural y natural representativos de la comunidad de San Antonio, tratando de involucrar a los tres actores principales: el habitante, el turista, así como la apreciación y comprensión de la cultura del sitio.

1. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO E IDENTIFICACIÓN DE PUNTOS DE INTERES.

San Antonio tiene como uno de sus referentes históricos más antiguos la población indígena de los uchitíes, perteneciente a lo que se conocía como la “Nación” de los guaycuras, primer grupo indígena en extinguirse en la península. Al ocurrir esto, el área donde ellos hacían su vida comenzó a ser poblada por colonos españoles y mestizos [CITATION Ama97 \l 2058].

San Antonio es un antiguo pueblo minero que se ubica dentro del Municipio de La Paz a 52 kilómetros de esta ciudad capital por la carretera transpeninsular a San José del Cabo. Debe su origen a los yacimientos de oro y plata que prosperaron con el establecimiento de esta industria, cuyo auge se dio en el siglo XIX y llevó a los poblados sureños de la media península, entre los que se encuentra San Antonio, que en bonanza llegó a superar los 10,000 habitantes, algunos de ellos originarios de países como Francia, Italia, China e Inglaterra, quienes llegaron en busca de fortuna. [CITATION Ama84 \l 2058].

A partir de un curso-taller con la comunidad de San Antonio, acerca de su patrimonio histórico, cultural y natural, se hizo un diagnóstico tanto del territorio como de su entorno inmediato, con el fin de identificar con precisión cuáles son sus fortalezas a potencializar por medio del turismo comunitario. Obteniendo una amplia aceptación para las actividades de Senderismo Interpretativo y el Aviturismo, en este documento sólo abordaremos la primera actividad iniciando con un curso-taller de sensibilidad con la comunidad sobre Senderismo Interpretativo.

El desarrollo del curso-taller se llevó a cabo en su mayoría en un espacio tipo salón en sesiones expuestas por el profesor mediante presentaciones apoyadas por un proyector, también se desarrollaron trabajos en equipo representados en rotafolios para identificar las propuestas de rutas con potencial para ofrecerle al visitante. Este ejercicio permitió que la comunidad identificara los atractivos turísticos con los que cuenta el territorio, así como su valoración por sus características históricas, culturales y naturales, generando con esto tres opciones de Senderos.

Una vez desarrolladas las propuestas en papel, se iniciaron los recorridos con los participantes para puntualizar los atractivos de manera real y, así, generar la ficha técnica de información y la jerarquización en cuanto a atractivos focales y complementario, definiendo el sentido adecuado de las rutas.

Figura 1: Participantes del curso-taller en la comunidad de San Antonio, Baja California Sur, México.



De la misma manera se hizo el recorrido de las rutas propuestas para ser geoposicionadas por medio de dispositivos GPS's, actividad en la cual fueron involucrados los jóvenes del tele-bachillerato que tiene la comunidad. Al respecto, se les enseñó a utilizar la herramienta y ellos se encargaron de hacer el tracking de los senderos y marcar los way point también llamados puntos de interés antes mencionados. Particularmente, el objetivo de involucrar a los jóvenes en el proyecto fue para que conocieran las actividades económicas en las que está trabajando la comunidad y de qué manera ellos pueden aportar y ser partícipes de estos trabajos en un futuro. En este sentido, se obtuvieron los datos técnicos de las rutas, tales como nivel de dificultad, perfil de altura, longitud y el marcaje de los sitios de interés de cada sendero. La información generada permitió dar inicio al proceso de diseño del mapa de manera digital. *Grosso modo*, el desarrollo de las propuestas y el avance en los objetivos del curso se lograron con éxito gracias a la experiencia, interés y disposición de los participantes del curso-taller.

2. Identificación de los puntos de interes.

En el desarrollo del curso-taller se destacó que la comunidad de San Antonio cuenta con recurso humano con basta información en vivencia y experiencia de los procesos artesanales mineros y de la cultura del rancho sudcaliforniano, siempre con una actitud comprometida con el uso y aprovechamiento de sus recursos. La falta de desarrollo en término de turismo no se había dado debido a la falta de interés y a su vez de conocimiento sobre la vocación y potencial de la comunidad en los temas antes mencionados.

Por lo anterior, se propuso el desarrollo del tema de Senderismo Interpretativo como eje de reactivación económica, teniendo como hipótesis que la vocación turística de San Antonio está basada en su historia minera. De esta forma, tomando como punto de

referencia la recuperación del acervo de ruinas mineras desde la perspectiva del senderismo, se plantearon dos áreas de oportunidad: 1) que las nuevas generaciones de la comunidad conozcan los procesos de historia de su comunidad y 2) que los visitantes tengan un panorama más amplio de que actividades realizar en el destino.

La comunidad identificó tres Senderos principales en el pueblo de los cuales dos son sobre sitios de ruinas mineras denominados sendero “El Tiro de San José”, el segundo denominado mina “El Hidalgo” y el tercero las ruinas de la planta “Los San Juanes” contemplando también la riqueza arquitectónica del centro del pueblo, El Camino Real, y su actividad económica.

Algo a destacar, y que los realeños⁴ se dieron cuenta al desarrollar las propuestas, fue que su potencial está basado principalmente en la historia y cultura relacionada con la actividad minera en los años pasados. Por ende, se creó un comité conformado por personas mayores y jóvenes del tele-bachillerato denominado “Turismo para la administración de los recursos generados y la organización de los servicios a ofrecer”. De forma complementaria, se capacitó a dos guías locales para que estos hicieran recorridos en cada uno de los senderos propuestos con personas invitadas de la comunidad y, en este orden de ideas, se pudieran ir afinando detalles del servicio y la definición de la información más pertinente en cada punto de interés.

Posterior a las actividades anteriormente mencionadas, se hizo el levantamiento de las señaléticas necesarias para cada Sendero, con la finalidad de facilitar el servicio a los visitantes.

Figura 2: Modelo de señaléticas creadas para los Senderos de Los Realeños de San Antonio



También se pudo identificar que existen varios procesos artesanales de la extracción del mineral como oro y plata que aún están presentes en las personas del lugar, lo cual es importante y de su interés poder rescatarlo mediante la fotografía o video, con el objetivo de que no se pierdan las costumbres y estas puedan ser transmitidas a las nuevas generaciones y a los visitantes al lugar.

4 Realeños: es la forma en que se les dice a las personas nativas de San Antonio.

Actualmente ya se encuentra la comunidad dando el servicio de Senderismo con los tres senderos antes mencionados. Adicionalmente, se ofrecen a los visitantes el servicio de campamento con observación sideral en uno de los miradores que tiene la comunidad, así como el servicio de alimentos el cual es brindado por familias de la comunidad que están en el proyecto.

Figura 3: Imágenes de los senderos generados con la comunidad de San Antonio, Baja California Sur, México.



Es importante mencionar que los actores claves de la comunidad se han sumado al proyecto dando el ejemplo en el área donde están trazados los senderos. Al ser zonas ejidales, se requiere de la autorización de la mesa directiva para que la actividad se pueda ofrecer de manera formal. Por su parte, las autoridades delegacionales están integradas apoyando con la limpieza de las áreas a visitar, así como la imagen de la comunidad. Por otro lado, los jóvenes se encuentran ayudando en el tema de la tecnología a través de sus redes sociales para que los servicios puedan llegar a más personas; al respecto, se creó una fan page de Facebook denominada “Los Realeños de San Antonio”, donde promocionan sus servicios y a su vez hacen las reservas de los visitantes. Habiendo iniciado actividades en diciembre de 2018, llevan aproximadamente 1,800 personas recibidas al corte de junio de 2019.

3. Recomendaciones para fortalecer la estrategia de reactivación económica mediante el senderismo.

El desarrollo de la propuesta de la actividad de Senderismo Interpretativo para la reactivación económica de San Antonio y la conservación y promoción de su acervo minero tradicional, ha resultado viable y con excelentes resultados preliminares. Sin embargo, es necesario mejorar el servicio. A continuación se enumeran las recomendaciones pertinentes para que se siga creciendo con el proyecto:

- Reforzar el trabajo realizado en esta primera etapa con acompañamiento en la implementación del servicio de Senderismo, para ir consolidando, generando confianza y experiencia en la atención de sus clientes.
- Continuar con la actualización continua de conocimiento en los temas de Primeros Auxilios, Certificación de la NOM-09 2002 de turismo para guías especializados en la Naturaleza así como la NOM-08 de turismo para guías de historia y patrimonio cultural.
- Consolidar el comité de turismo que se formó para administrar y organizar sus servicios turísticos así como su recurso humano.
- Intercambiar experiencias con destinos similares al servicio de Senderismo en nuestra Estado con el objetivo de que conozcan otros grupos de la actividad y ver como lo hacen en otros lados y aprender nuevas técnicas.

Conclusiones

Los alcances del turismo en materia económica son ampliamente favorables en comunidades planificadas y organizadas alrededor del trabajo colectivo. El turismo de naturaleza es una opción que brinda la posibilidad de conservar el patrimonio natural, cultural e histórico mediante la práctica responsable de actividades como el senderismo. Siendo una actividad que se ha consolidado fuertemente en comunidades, el senderismo agrega valor al destino visitado, manifestando una amplia preocupación para exaltar la conservación del patrimonio cultural y la biodiversidad de las diferentes regiones. Precisamente, mediante la realización de un curso-taller en la comunidad de San Antonio, Baja California Sur, dirigido al conocimiento de la actividad del senderismo y de sensibilización de la comunidad, se pudieron identificar puntos de interés y estrategias para la correcta implementación del senderismo como estrategia de reactivación económica del lugar. El uso de distintas herramientas educativas para la definición de senderos interpretativos, buscando la integración de la sociedad civil, autoridades locales y visitantes, arrojó resultados muy positivos. Así las cosas, los senderos interpretativos permiten el contacto directo de los visitantes con los valores del entorno, y se constituyen como una alternativa de participación ciudadana y desarrollo económico en la comunidad.

Bibliografía

- Amao, J. (1984). Origen y desarrollo de la minería en Baja California Sur. *Simposio sobre la historia de Baja California*, (págs. 11-27). La Paz.
- Amao, J. (1997). *Mineros, Misioneros y Rancheros de la Antigua California*. Ciudad México: Plaza y Valdez.
- Azevedo, L. (2008). *ECOTURISMO DE PUEBLOS INDIGENAS: PROPUESTAS SOSTENIBLES*. LA PAZ, BOLIVIA.
- Cañada, E. (2012). El turismo en el inicio del milenio: Una lectura crítica a tres voces. *Pasos*.
- Hall, M. (2009). *Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach*, Londres: Routledge. . Londres.
- Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario . *Organización Internacional del Trabajo 2005*.
- Organización Mundial del Turismo. (2012). *Panorama OMT del turismo Internacional*. Madrid.
- Palomino, B., Gasca, J., & López, G. (2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: Perspectiva desde la Gobernanza en Territorios Indígenas. *El Periplo Sustentable*, 8.
- Quintero, J. (2004). *Los impactos económicos, socioculturales y ambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible*. España.
- SECTUR. (2005). Guía para el diseño y operación de senderos interpretativos . *Serie de Turismo Alternativo*, 5 y 10.
- SECTUR. (2008).

ESPACIOS PROTEGIDOS Y PAISAJES EN COSTA RICA: RELACIONES CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Dr. Carlos Morera Beita ¹

Resumen

En Costa Rica, el desarrollo de la actividad turística se ha fundamentado en la calidad y uso de los atractivos naturales, que se encuentran preservados dentro de un sistema de espacios protegidos (SINAC) implementado a finales del siglo pasado, conservando el 25 % del territorio nacional y que durante las últimas décadas ha apostado por espacios de conectividad (Corredores biológicos) que protegen el 38 % del país. Dentro de estas áreas protegidas destacan los parques nacionales como la categoría de mayor relevancia en cuanto a superficie, calidad de recursos ecológicos así como facilidades para la visitación. Este artículo aborda los tipos de paisajes que preservan los parques nacionales, estableciendo una tipología con el objetivo de determinar cuáles paisajes son los de mayor atracción para la visitación turística. Para lo anterior se selecciona el periodo 2000-2015, debido a que es el único que cuenta con datos consistentes para todos los parques. Se identifica la relevancia que presentan los paisajes geomorfológicos (Volcanes) y sol y playa, concentrando el 70%, del total de la visitación a los parques nacionales del país, siendo dos áreas protegidas costeras con espacios muy reducidos, que concentran las actividades turísticas, lo cual genera efectos adversos. Considerando la importancia de reducir los impactos negativos para no exceder los límites de la capacidad de carga de los espacios protegidos se recomienda establecer una estrategia que procure el uso turístico de otros parques así como el desarrollo de rutas turísticas en corredores biológicos como una fuente de ingresos económicos para los habitantes de estas áreas.

Palabras Claves. Turismo en Costa Rica, conservación, espacios protegidos.

Abstracts: In Costa Rica, the development of tourism activity has been based on the quality and use of natural attractions, which are preserved within a system of protected areas (SINAC) implemented at the end of the last century, conserving 25% of the territory national while during the last decades has opted for connectivity spaces (biological corridors) that protect 38% of the country. Within these protected areas, national parks stand out as the category of greatest relevance in terms of surface, quality of ecological resources as well as facilities for visitation. This article discuss the types of landscapes that preserve national parks, establishing a typology with the objective of determining which landscapes are the most attractive for tourist visits. For the above, the period 2000-2015 is selected, because it is the only one that has consistent data for all the parks. The relevance of geomorphological landscapes (Volcanoes) and sun and beach is identified, concentrating 70% of the total visit to the national parks of the country, being two coastal protected areas with very small spaces, concentrating tourism activities, which generates adverse effects. Considering the importance of reducing the negative impacts as not to exceed the limits of the carrying capacity of protected areas, it is recommended to establish a strategy that seeks the tourist use of other parks as well as the development of

¹ Profesor. Escuela de Ciencias Geográficas. Universidad Nacional-Costa Rica. Correo electrónico: cmorera@una.cr

tourist routes in biological corridors as a source of income economic for the inhabitants of these areas.

Keyword: tourism in Costa Rica, conservation and protected areas

Introducción:

Diversos elementos como ser un espacio de conectividad entre América del Sur (Neo-tropical) y América del Norte (Ne-ártico) así como sus grandes diferencias en altitud y en tipos de suelos y climas, han transformado en Costa Rica en unos de los países de mayor biodiversidad por superficie (Kappelle, 2016). Considerando esta condición particular e influenciada por las tendencias en los Estados Unidos, Costa Rica implementa en el siglo pasado un sistema de áreas protegidas.

En la década de 1990, con el boom de la actividad turística en el país como uno de las principales fuentes de ingresos económicos, se incrementó vertiginosamente la demanda por estos espacios, no estando preparado tanto en personal como facilidades para este crecimiento (Christian, 2013). Así durante los últimas décadas el SINAC (Sistema Nacional de Áreas Protegidas) ha realizado acciones para invertir en la mejora de las facilidades turísticas, la cual se encuentra en crisis de cantidad de recursos humanos debido a las condiciones económicas del país y la situación laboral que provocado acelerado ritmos de pensión del personal. Lo anterior ha afecta negativamente la atención de la demanda turística en los espacios protegidos estatales, por lo han surgido nuevas políticas como la contratación de servicios no esenciales (Venta de boletos, hospedaje y alimentación) a las organización no estatales, priorizando sobre grupos locales, como una estrategia de mejorar la calidad de vida de las comunidades locales. Sin embargo, estas acciones no han sido los suficientes y han surgido conflictos resultados de esa manejo inadecuado de visitantes como los sucedido en el Parque Nacional Manuel Antonio con 57 ha, que de acuerdo a las revista Forbes para el 2011 estaba entre los 12 parques nacionales más bello del mundo y que recibe entre 600 y 800 personas diariamente, la cual ha tenido que ser clausurado en varias ocasiones debido a problemas sanitarios.

Los espacios protegidos y por ende los paisajes que se protegen, son un aspecto fundamental en la configuración del actual sistema turístico nacional (Morera y Nel-lo, 2017), sin embargo, son escasos los estudios que indagan sobre las relaciones entre estos, que permitan fortalecer políticas de priorización y que sustenten acciones que permitan mejorar los servicios turísticos que ofrecen las actuales espacios protegidos estatales. Así este artículo se plantea como objetivo analizar la actual demanda de los espacios protegidos estatales según tipos de paisajes para la identificación de acciones orientadas a mejorar los servicios turísticos.

Metodología: El análisis que apoya esta investigación está basado en las estadísticas anuales que mantiene *on line* el Instituto Costarricense de Turismo (<https://www.ict.go.cr/es/estadisticas/informes-estadisticos.html>) y el SINAC (<http://www.sinac.go.cr/ES/estadisticas/Paginas/default.aspx>), que presentan los datos de visitación al país así como a las diferentes áreas protegidas. Esta información fue analizada utilizando una revisión bibliográfica así como presentación por medio de gráficos y un análisis estadístico para facilitar su comprensión. Además se complementa

con algunas observaciones de campo realizada por el investigador a los Áreas Silvestres Protegidas durante 2008 y 2009.

Resultados y discusión

El modelo turístico de Costa Rica: Desde la perspectiva del turismo como una actividad globalizada y no centrado en el movimiento a lo interno del país, Costa Rica con respecto a otros países de la región centroamericana y del Caribe como República Dominicana y Cuba, adelantó su crecimiento por lo menos una década. Por ejemplo en el caso de Cuba el desarrollo del turismo como actividad económica enfocada el turismo extranjero se presenta en la década de los noventa (Cerdán y Chávez, 2000) mientras que en Costa Rica fue durante los ochenta. En el caso de los países centroamericano esa diferencia puede ser de veinte o treinta años más (Morera y Jover, 2018).

El turismo se consolidó como una de actividades económicas más importantes para la economía costarricense en la década de los noventa, de tal forma que presentó un aumento con únicamente dos años de decrecimiento (2003 y 2011) (Fig.1). Sin embargo, el modelo turístico de Costa Rica presenta diversos desafíos para continuar manteniendo el ritmo de crecimiento sobre la base de los factores ambientales y el atractivo (ICT, 2010). La sustentabilidad, la biodiversidad, la cultura y la autenticidad han sido identificadas como factores críticos que son relevantes para la posición histórica y el reconocimiento de Costa Rica como un destino de turismo de naturaleza, donde las áreas protegidas son un elemento clave (Morera y Nel-lo, 2017).

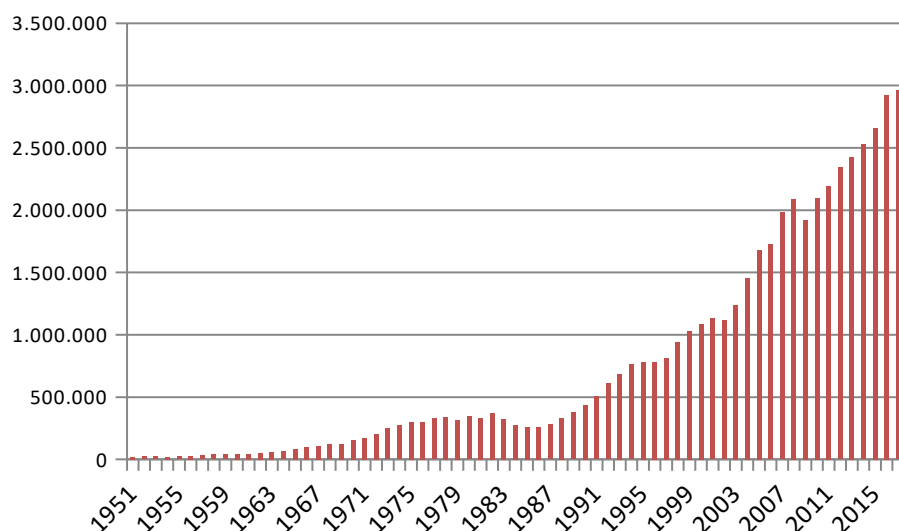


Figura 1. Costa Rica. Visitación turística 1951-2017

Fuente: <https://www.ict.go.cr/es/estadisticas/cifras-turisticas.html>

Diferentes factores, tanto internos como externos se combinaron en la consolidación del turismo como una las actividades de mayor relevancia en la economía

de Costa Rica. Dentro de los internos destaca la biodiversidad, que mayoritariamente se encuentra preservada bajo el SINAC, que inició sus primeras acciones a mediados del siglo XX y que durante la década de los ochenta y los noventa, del mismo siglo.

Áreas Silvestres Protegidas en Costa Rica: Costa Rica, por su conformación geológica, como espacio de conectividad entre la biota neártica y la neotropical (Kappelle, 2016), asimismo por ubicarse entre el Océano Pacífico y el Mar Caribe, así como otros países del istmo centroamericano, presentan por su alta biodiversidad, que el caso en estudio, se encuentra resguardada bajo un sistema nacional de áreas protegidas administradas por el SINAC. En las últimas cuatro décadas, se incrementó el porcentaje de áreas protegidas, como muestra la figura 2. Antes del año 1970, existían únicamente cuatro espacios protegidos: los parques nacionales que protegían los macizos de los volcanes Poás e Irazú, Cahuita y la Reserva Absoluta Cabo Blanco. En esta primera etapa el establecimiento de las áreas protegidas del país, se caracterizaba por ser iniciativas aisladas y permeadas por liderazgos personales como es el caso de la Reserva Absoluta Cabo Blanco.

Durante la década de los setentas, se establecen la mayoría de los parques nacionales, caracterizada por ser propiedad del estado y tener una superficie significativa, lo que implicó la expropiación de una porción de estas tierras, que representan 52% de la cantidad bajo esta categoría de conservación en el país. Igualmente, se establecen durante estos años cuatro reservas biológicas que son el 50 % de la cantidad. Este periodo es el más significativo en cuanto a la superficie y la calidad ecológica de los espacios protegidos, donde las actividades recreativas que se realizan dentro de los espacios protegidos están enfocadas a la visitación nacional y las acciones de conservación biológica partían del paradigma de la “naturaleza intocada” (Diegues, 2005).

Durante la década de los ochenta, el patrón de establecimiento de espacios protegidos, está determinado por el surgimiento de nuevas categorías donde el Estado gestiona pero no es propietario o parcialmente de estas propiedades como son los refugios de vida silvestre. De esta forma emergen áreas protegidas de reducida superficie en donde las actividades de conservación requieren armonizar con otras actividades productivas. Posteriormente, en los años noventa se consolidan las áreas protegidas dominadas por superficies reducidas, de propiedad privada y con características ecológicas menos relevante, en donde el turismo aunque era una actividad importante no contaba con facilidades para su realización con unas pocas excepciones (Refugios de Vida Silvestre Gandoca-Manzanillo y Caño Negro).

Durante el presente siglo, la pauta ha sido continuar el modelo de las últimas décadas centrándola más al establecimiento de corredores biológicos que alcanzan un total de 39 iniciativas, para el año 2018, donde la actividad turística es mínima y no se ha realizado acciones para potenciarla. En la actualidad Costa Rica cuenta con un 25% de su territorio bajo alguna categoría de protección, de los cuales 11 % son territorios estatales (Reservas biológicas y parques nacionales) (Cuadro 1 y Figura 2). La visitación turística a espacios protegidos en Costa Rica está concentrada en los parques nacionales por la calidad de los recursos así como por las facilidades que cuentan. En el caso de las reservas biológicas por su nivel de fragilidad ecológica la visitación es restringida y no se permite la pernoctación, con excepciones bajo razones científicas. Durante los últimos

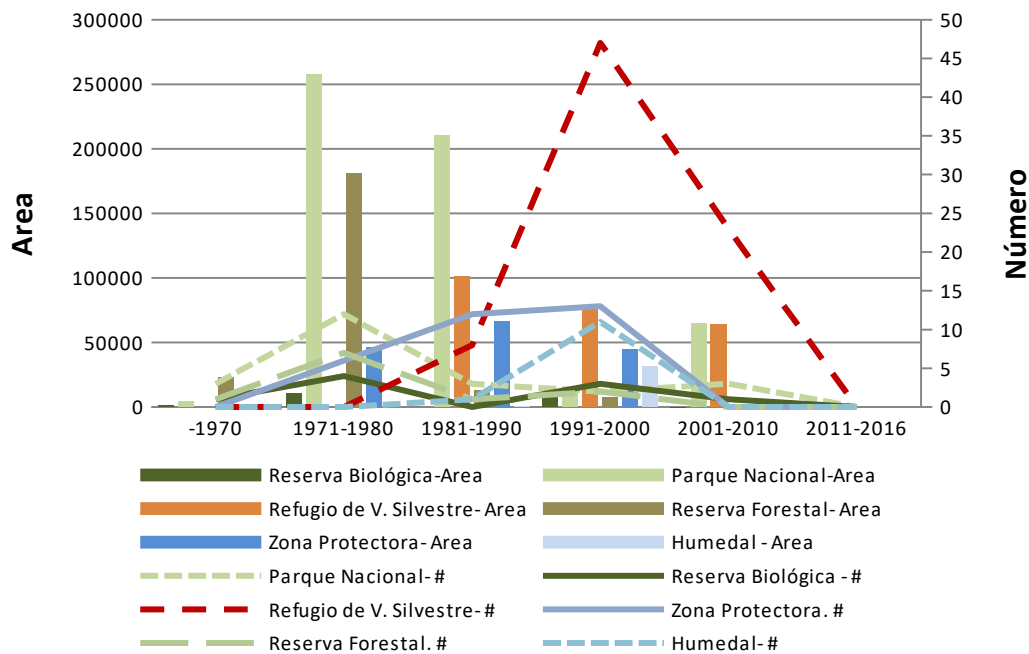
años, han tomado importancia las reservas de vida silvestres privadas como espacios de atracción turística donde destaca la Reserva del Bosque Nuboso de Monteverde y Rara Avis.

Cuadro 1. Categorías de áreas protegidas de Costa Rica, 2018

Condición de la propiedad	Categoría	Número	Área (ha.)	% de la sup. de país	Actividad turística
Estatales	Reserva Biológica	8	21432	0.4	Poca
	Parques Nacionales	28	587800	11.9	Alta
	Sub-Total	33	589232	11.4	
Estatales y privadas	Refugio de Vida Silvestre	47	175524	3.4	Media
	Reserva Forestal	11	284133	5.5	Nula
	Sub-total.	58	459657	8.9	
Privadas	Zona Protectora	31	157213	3.0	Nula
	Humedal	14	69251	1.3	Nula
	Otras	13	21811	0.4	Nula
	Sub-total	58	273877	47	
TOTAL		148	1322818	25.0	
Privadas	Corredores Biológicos	38	1902674	36.1	Nula

Fuente: Elaborado a partir de Morera (2011) y <http://www.sinac.go.cr>

Figura 2. Categorías de espacios protegidos de Costa Rica por décadas.



Fuente: Elaboración propia a partir de SINAC, 2016

De acuerdo al cuadro 1, oficialmente el país tiene seis categorías de áreas protegidas silvestres, siendo estas: reservas biológicas, parques nacionales, refugios de vida silvestre, reserva forestal, humedal y otras que incluye lo que se conoce como patrimonio general del estado, definida como aquellas propiedades del estado bajo cobertura natural. Además, existe otra categoría que aunque está definida por el SINAC, no se considera dentro de las oficiales que es corredor biológico. Destaca, que la de mayor superficie cubriendo el 11.9 % del territorio nacional son los parques nacionales (587800 ha), que son la categoría que cuenta mayor con servicios de visitación como senderos con sus respectiva interpretación y en algunos casos hospedajes.

Sinergias entre turismo y áreas silvestres protegidas: La mayor contribución del estado costarricense por medio del órgano oficial responsable de gestionar la actividad turística (ICT) al sector en los últimos años ha sido sus esfuerzos por promocionar la imagen de paz y sostenibilidad ambiental del país (Prad, 2002), la cual ha calado en el mercado internacional. Desde el siglo pasado cuando diversos naturalistas tales como: Henry Pittier, Leslie Holdrige, Daniel Jansen, entre otros visitaron el país y realizaron investigaciones de la biodiversidad que fueron los cimientos para posicionar la amplia biodiversidad del país en el sociedad científica internacional. Posteriormente en los años 90, el ICT entre responsable de las políticas de mercado internacional posicionan el país como un destino fundamentado en sus atractivos naturales como muestran la figura.

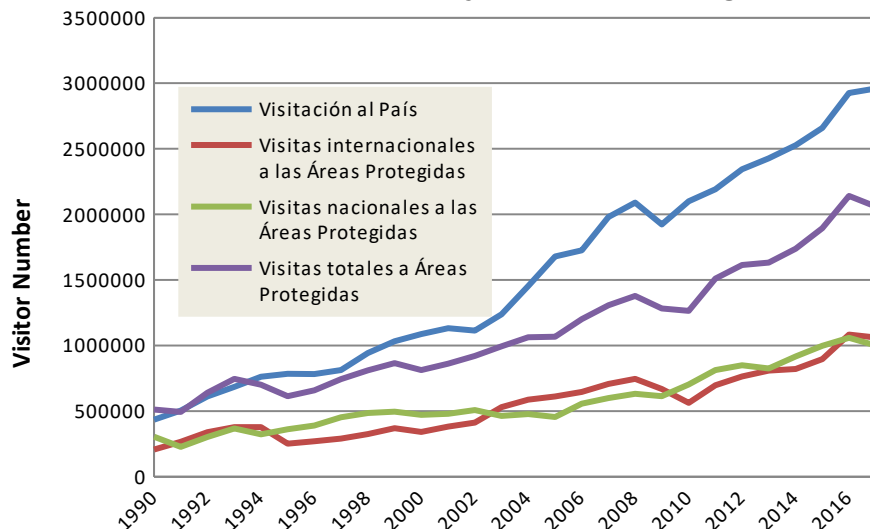
Figura 3. Imágenes de campañas publicitarias del ICT.



Desde un inició los espacios protegidos, especialmente los parques nacionales eran los principales atractivos como muestra la figura 4, presentado una fuerte correlación (0,97) entre la visitación al país y a las áreas protegidas. Por otro lado, el desarrollo del turismo ha sido un factor que aportado al incremento de la visitación de los

espacios protegidos por parte de los nacionales, lo cual se puede considerar un aspecto positivo del desarrollo turístico del país.

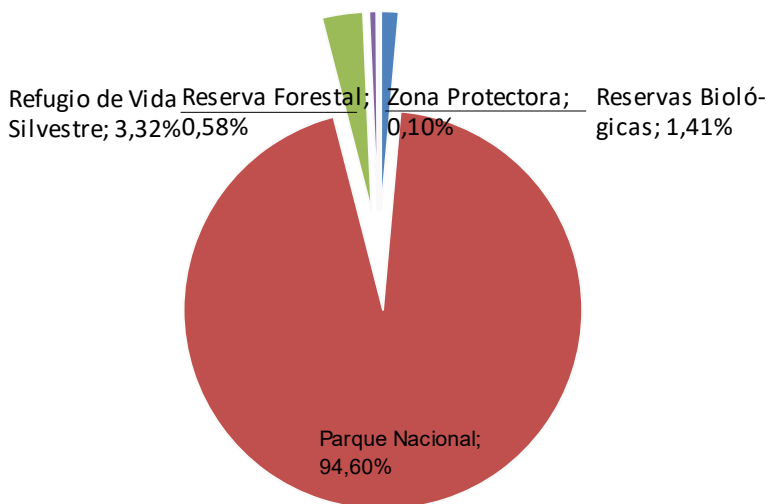
Figura 4. Costa Rica, Visitación al país y a las áreas protegidas. 1990-2017



Fuente: <https://www.ict.go.cr/es/estadisticas/informes-estadisticos.html>

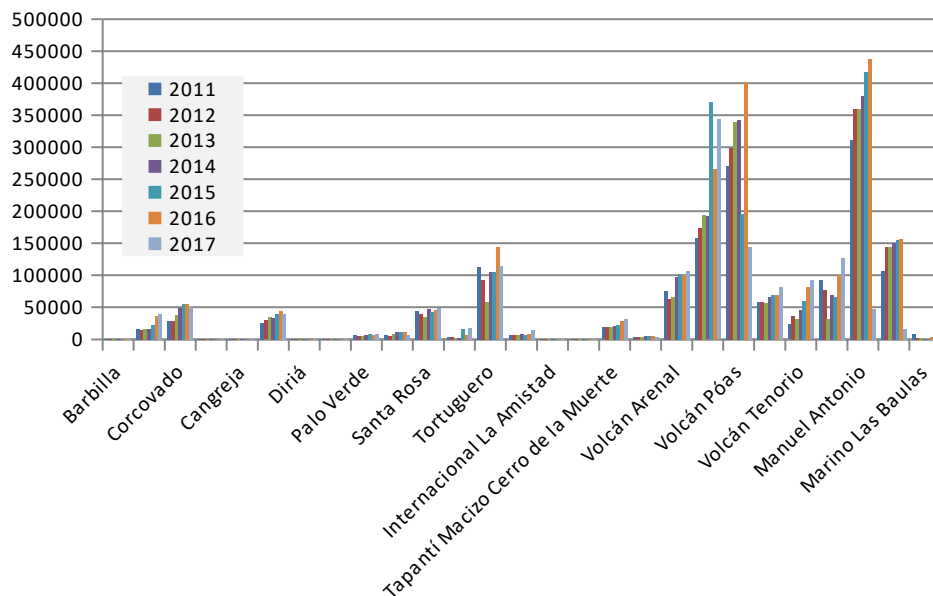
Por razones de asimetrías en la calidad de los atractivos así como las facilidades y las conectividades, los espacios protegidos presentan diversas asimetrías. La visitación se concentra en un 95 % en los parques nacionales (Figura 5) que es la categoría según la normativa de UICN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza) que considera dentro de sus objetivos primarios el uso recreativo.

Figura 5. Costa Rica: Visitación a espacios protegidos según categorías 2011-2017



Además, dentro de la misma categoría de parques nacionales se presentan divergencias, como muestra la figura 6, donde tres Parques Nacionales (Manuel Antonio, Poas e Irazú) de los 26, concentraron el 52 % de la visitación a parques nacionales, lo cual es un indicador del alto nivel de concentración. Mientras por otro lado, algunos parques nacionales como Barbilla, Barra Honda, Diríá, Guanacaste, La Amistad, Las Baulas, Palo Verde y Tampantí-Macizo Cerro de la Muerte, reciben menos de 1 % de la visitación en parte porque carecen de servicios o de campañas de mercadeos. Además, la principal conocimiento para visitar espacios protegidos es la “boca a boca” que provoca que los parques con facilidades se incremente la visitación mientras que los sin estos servicios suceda lo contrario aumentando la brecha.

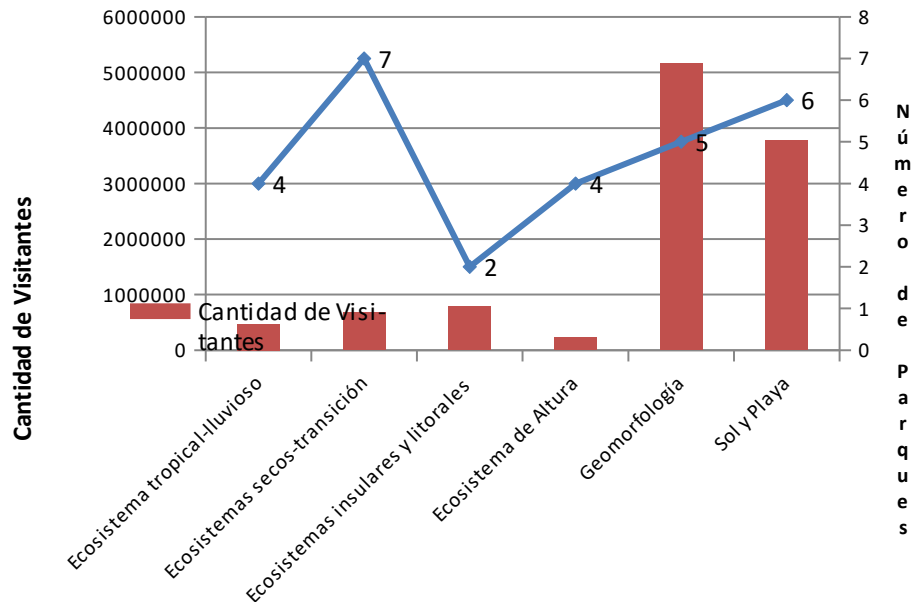
Figura 6. Costa Rica: Visitación a espacios protegidos por Parques Nacionales 2011-2017



Fuente: <http://www.sinac.go.cr/ES/estadisticas/Paginas/default.aspx>

De los 27 parques nacionales de país, el 26 % (7) protegen ecosistemas secos-transición que representan espacios no tienen significancia en la captación de los visitantes. El 18 % (5) de los parques nacionales protegen recursos geomorfológicos, especialmente macizos de volcanes y cuevas presentando la misma representatividad para los ecosistemas insulares y litorales, siendo estas dos categorías las que capturan la mayor representación en cuanto a visitación. Las categorías ecosistemas tropical-lluvioso y ecosistemas de altura son el 15 % de la cantidad de parques nacionales respectivamente e igualmente representan la menor cantidad en visitación. Aunque el país tiene una imagen basada en la abundante biodiversidad, son los recursos de volcanes y playas los que de mayor atracción, siendo una contradicción, y son los que concentran en reducidos espacios la visitación.

Figura 7. Costa Rica: Categorización de los Parques Nacionales y cantidad de visitación 2011-2017



Conclusiones: Aunque Costa Rica presenta una imagen posicionada como destino basado en sus recursos ecológicos, son los parques nacionales dominados por atractivos geomorfológicos y los de “sol y playa”, lo que presentan mayor visitación. Las actuales políticas de actividades turísticas dentro de Áreas Silvestres Protegidas han generado asimetrías en la visitación que provoca efectos adversos relacionados con la capacidad de carga que se visibilizan ya en algunos parques como Manuel Antonio, Cahuita y Corcovado. Lo anterior obliga a realizar una evaluación detallada sobre las actuales políticas de visitación a espacios protegidos en cara a la atención de la demanda turística porque el modelo comienza a flanquear. La concentración de facilidades y mercadeo sobre unos parques genera deterioro de los recursos y no genera beneficios económicos a las comunidades localizadas alrededor de estos parques con nula o escasa visitación.

Literatura citada

- Christian, M. (2013). 'Latin America without the downside': racial exceptionalism and global tourism in Costa Rica. *Ethnic and Racial Studies*, 36(10), 1599-1618.
- Diegues, A. C. (2005). El mito de la naturaleza intocada. *São Paulo: NUPAUB*.
- ICT. (2010). Plan Nacional de Turismo Sostenible de Costa Rica (2010-2016) National Sustainable
- Kappelle, M.(2016). *Costa Rican Ecosystems*. University of Chicago Press.

Morera C y Nel-lo M. 2017. Local Level Policies for Tourism Management in Protected Areas: Experiences from Costa Rica (Chapter 6) In: Protected Areas: Policies, Management and Future Directions. (Editors: Sharif Ahmed Mukul and A. Z. M. Manzoor Rashid). Nova Science Publishers. New York, USA.

Prad, L. (2002). Logros y Retos del Turismo Costarricense, INCAE, Business School, Costa Rica.

Tourism Plan Costa Rica (2010-2016)]. Resumen ejecutivo. San José, Costa Rica.

Sitios web:

<https://www.ict.go.cr/es/estadisticas/informes-estadisticos.html>

<http://www.sinac.go.cr/ES/estadisticas/Paginas/default.aspx>

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COSTA RICA, CAMPUS NICOYA.
TURISMO RURAL COMUNITARIO COMO DINAMIZADOR
ECONÓMICO EN RÍO SECO DE SANTA CRUZ, GUANACASTE.

Evelyn Yazmin Gómez Pérez.¹

Resumen.

Este trabajo tuvo como objetivo principal investigar si la comunidad de Río Seco perteneciente al cantón de Santa Cruz, Guanacaste, tiene los aspectos fundamentales para poder desarrollar y ofrecer actividades turísticas de carácter rural comunitario, a través de la investigación que se fundamenta en cuáles son las bases clave para el emprendimiento de actividades de turismo rural comunitario, en conjunto con el análisis de cuáles son los elementos necesarios del sistema turístico que se complementan para ofrecer un producto turístico, esto con la finalidad de hacer conciencia de que a través de este tipo de turismo los habitantes pueden generar una fuente de ingreso extra mediante la conservación de sus tradiciones.

Palabras clave. Turismo Rural Comunitario, desarrollo económico local, comunidad local, Río Seco.

Abstract.

The main objective of this work was to investigate if the community of Río Seco belonging to the canton of Santa Cruz, Guanacaste, has the fundamental aspects to be able to develop and offer tourist activities of a rural community nature, through research that is based on what are the key bases for the development of community rural tourism activities, together with the analysis of what are the necessary elements of the tourism system that tourist product, this in order to raise awareness that through this type of tourism the inhabitants can generate a source of extra income by conserving their traditions.

Key words. Rural Community Tourism, local economic development, local community, Río Seco.

INTRODUCCIÓN.

En Costa Rica se pueden desarrollar una gran variedad de tipos de turismo, como lo es el ecoturismo, el turismo de sol y playa y el turismo de aventura entre los más destacados, ya que nuestro país cuenta con una gran biodiversidad de flora y fauna, así como hermosas playas y montañas y una infinidad de atractivos turísticos los cuales se pueden visitar.

Así mismo el turismo rural comunitario constituye según Nel-Lou (2008) “una etapa avanzada del ecoturismo, pues incorpora como protagonista del desarrollo a las familias y

¹ Estudiante de pregrado de la carrera Gestión Empresarial de Turismo Sostenible, Universidad Nacional de Costa Rica, Sede Chorotega, Guanacaste. Yazgomz96@gmail.com/ evelyn.gomez.perez@est.una.ac.cr

comunidades locales, que son los encargados de proteger y poner en valor económico el patrimonio natural y cultural”, en los últimos años se ha desarrollado todo un movimiento de organizaciones comunitarias que están implementando una oferta de turismo alternativo en el medio rural, como lo afirma Solano (2006) “el turismo rural comunitario en Costa Rica se ha desarrollado fundamentalmente desde las organizaciones de base comunitaria con el apoyo financiero y técnico de organismos de cooperación internacional y organizaciones no gubernamentales” (p.9). Cuando se habla de este tipo de turismo es necesario que se tenga claro en sí que es, que actividades involucra así como cuales son las características que lo definen, como lo establece la OMT citado por Solano (2006):

Integra las riquezas (atractivos) naturales y la vida cotidiana de la comunidad rural, entrena competencias locales y desarrolla habilidades empresariales, promueve e integra las prácticas productivas sostenibles dentro de la oferta turística, genera los encadenamientos productivos locales, la experiencia turística se adapta a la vida y dinámica rurales y preserva la “ruralidad”, se sustenta en la gestión y participación local, distribuye equitativamente los beneficios y complementa y diversifica los ingresos de las familias rurales, promueve la tenencia de la tierra por parte de los pobladores locales (p.10,11).

A raíz de esto se ve la necesidad de diagnosticar los elementos necesarios para desarrollar actividades de Turismo Rural Comunitario, con la finalidad de rescatar las tradiciones y fomentar ingresos en la zona de Río Seco de Santa Cruz, Guanacaste.

METODOLOGÍA.

Esta investigación tiene un enfoque mixto, es de tipo exploratoria y descriptiva. En primer lugar, se hicieron observaciones estructuradas del ambiente, con el fin de saber si la zona cumplía con elementos necesarios para desarrollar actividades de turismo rural comunitario y si había empresas que ofrecen estos servicios. En segunda instancia se recogió la información de las diferentes actividades que se realizan en la zona a través de una observación estructurada para someterlo a investigación y por último se explicaron los orígenes de los problemas que se están presentando en la localidad y cuáles son las variables que la afectan.

Asimismo, se hicieron visitas a la zona para analizar y determinar qué actividades se pueden desarrollar en la localidad y además de entrevistas estructuradas mediante el tipo de muestreo no probalística por conveniencia a 16 lugareños. Esto se realizó con el objetivo de investigar si los ciudadanos tienen conocimiento sobre el turismo rural comunitario. También se consultaron fuentes secundarias como artículos científicos, páginas de organizaciones como ACTUAR y COOPRENA entre otras más.

Al llevar a cabo esta investigación se definió que el área de estudio son las personas que viven en la comunidad de Río Seco, enfocándose el estudio a nivel local y el tipo de muestreo es no probalística por conveniencia ya que es la muestra que está disponible en el tiempo de investigación.

DISCUSIÓN Y RESULTADOS.

El Turismo Rural Comunitario es un tipo de turismo con poco impacto ambiental, ya que, puede ser cualquier actividad de carácter turístico y de ocio que se practican en el campo, generalmente en zonas donde se produce la agricultura o cualquier otra actividad característica realizada en la localidad, puede ser desarrollado por familias y por comunidades como fuente de ingresos, según lo establecido por el Reglamento de la ley de fomento de Turismo Rural Comunitario (2010) “es la actividad turística de tipo rural comunitario que se desarrolla por medio del impulso de empresas de base familiar y comunitaria”, dentro de las actividades que se pueden realizar son los establecimientos de posadas, servicios de alimentación y bebida y actividades temáticas específicas.

Así mismo, uno de los objetivos principales de este tipo de turismo es salvaguardar las tradiciones específicas de cada zona, es decir, mantener aquellas actividades que se realizan frecuentemente en la vida cotidiana, según la Real Academia Española (2017) son una “Doctrina, costumbre, etc., conservada en un pueblo por transmisión de padres a hijos”, a través de las actividades de índole turístico destinadas al turismo rural comunitario se pretende incentivar el desarrollo económico local.

Según Comisión Económica para América Latina (2000) desarrollo económico local es un “Proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio conduce a la mejora del bienestar de la población de una localidad o una región” (p.5), con el fin de que la comunidad local pueda tener un ingreso económico extra mejorando su condición de vida sin tener que emigrar a otras localidades a causa de la falta de empleo.

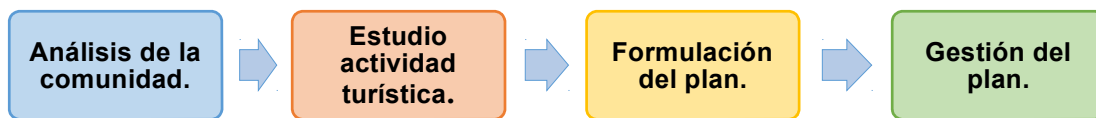
Cuando hablamos de desarrollo económico local, no es sólo la parte económica sino que involucra otros aspectos muy importantes como lo afirma Enríquez (2005) “es una dimensión que debe estar articulada a las otras dimensiones del desarrollo local (social, política, ecológica, cultural), no se puede impulsar de manera aislada o desarticulada de ellas, si se pretende que despliegue toda su potencialidad” (p.3).

Uno de los protagonistas dentro de los procesos para generación de desarrollo local económico son los pobladores autóctonos, que según El Manual de Turismo Sostenible (2006) son el “conjunto de la población autóctona que reside en el destino turístico y que ha de ser, en primera instancia, la destinataria de los beneficios que el turismo debe generar a los habitantes de la comunidad”.

Si bien es cierto el turismo rural comunitario aparte de ser una herramienta para generar ingresos económicos en las localidades proporcionando un desarrollo en la comunidad rural puede deteriorarla si no se hace una buena planificación geográfica de la zona y de las actividades a realizar en el medio rural, que según el Instituto de Desarrollo Rural (2019) “es una unidad geográfica dedicada principalmente al desarrollo de actividades agrarias y no agrarias, conformado por uno o varios cantones, que presentan características comunes desde el punto de vista de sus recursos naturales propios, formas de organización, ecología, actividades económicas, culturales, institucionales, políticas y de las modalidades de generación de ingresos de sus habitantes”.

Este tipo de turismo debe mantener un equilibrio entre las actividades de carácter turístico y el ambiente de la zona, no se puede establecer más actividades de las que la comunidad puede mantener, para llevar a cabo esto es necesario tener una excelente planificación turística tomando en cuenta los elementos claves para la elaboración de propuestas turísticas que según el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2014) es necesario “ un análisis profundo de la comunidad donde se va a emplear el proyecto, un estudio de la actividad turística que se desarrolla en la localidad para así identificar qué actividad se puede introducir, formular en plan de acción a efectuar y como se va a gestionar el plan, desde cómo se va a implementar, el seguimiento que se le va a dar y la aceptación por parte de la comunidad y los clientes”.

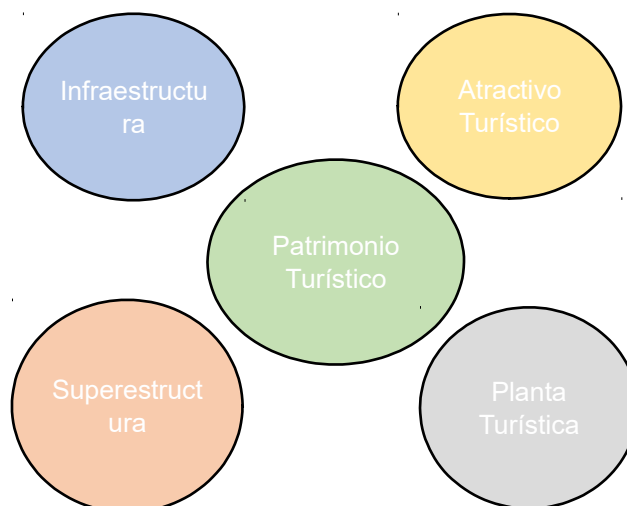
Figura 1. Elementos claves para la elaboración de propuestas turísticas.



Fuente: Elaboración propia con base en IICA, 2014.

Para lograr desarrollar con eficacia la actividad de turismo rural comunitario es necesario que la localidad cumpla con los elementos básicos del patrimonio turístico que según el ICT citado Castro (2014) por “Es el conjunto de elementos turísticos, de uso mediano o inmediato, con que cuenta el país. Estos elementos están constituidos por los atractivos turísticos y la planta turística más la infraestructura y la superestructura que hacen posible su acceso y funcionamiento” (p.168) es decir, si la localidad posee atractivos turísticos naturales o creados, tangibles o intangibles, además de los elementos mínimos de la planta turística como el equipamiento turístico que son los establecimientos de hospedaje (Cabinas, hoteles, hostales..) y de alimentación (sodas, restaurantes, cafeterías...) así mismo si poseen una buena infraestructura como lo es el servicio de seguridad, la comunicación, educación, acueductos, energía y sistema de transportes.

Figura 2. Elementos del sistema turístico.



Fuente: Elaboración propia con base en Renato Quesada, 2014.

Otros autores lo definen por bloques, según Guzmán y Sánchez (2009):

El primer bloque está integrado por los actores encargados de la planificación turística, como pequeñas oficinas de turismo, (...) un segundo bloque está formado por las empresas de servicios directos, en el que sobresalen dos grupos, los de alojamiento y los de restauración, y para finalizar el tercer bloque incluye a las empresas de apoyo a la actividad turística, entre las que sobresalen las empresas de transporte, las empresas de turismo activo y, asimismo y cada vez con mayor importancia, las tiendas de venta de productos típicos, sobre todo de artesanía, (p.89).

Estos aspectos se pueden identificar al analizar el micro ambiente de la comunidad utilizando la herramienta de inventario turístico.

Figura 3. Relación de los bloques.



Fuente: Elaboración propia.

En la actualidad se está trabajando mucho en retomar las costumbres y tradiciones de los antepasados para darle a conocer a los extranjeros la forma en que se vivía hace algunos años, pero es muy importante que los lugareños hagan conciencia de lo importante que es salvaguardar su patrimonio cultural intangible, ya que, a través de ellos se puede expresar mejor la esencia de la cultura, pero si los mismos habitantes de la localidad no le dan el valor que merece, mucho menos lo van a hacer los extranjeros, así como lo afirman Rodríguez y Cardona (2018) “la importancia de un pasado que identifica a cada lugar nos habla de la historia vivida y presentada no solo en la región si no en la humanidad, se convierten los sucesos sin querer, en partes de un legado que ayuda a la identidad”, el turismo rural comunitario es una herramienta positiva que se puede aplicar en las comunidades para salvaguardar las tradiciones de la zona, así mismo si es planificada y desarrollada adecuadamente puede ser una fuente de ingresos primaria para la zona, desarrollando la comunidad en sí y mejorando la calidad de vida de los lugareños.

En la industria del turismo el enfoque de género se ha visto muy evidente, en el caso de Costa Rica, los trabajos más pesados y menos remunerados los realizan las mujeres, como lo afirma Ferguson (2010) “el empleo en el sector turístico está marcadamente estructurado en función del género, las desigualdades globales favorecen una oferta de trabajadoras receptoras de muy bajos salarios”, cuando hablamos de enfoque de género según el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (2017) es “ el conjunto de características sociales, culturales, políticas, psicológicas, jurídicas y económicas que las diferentes sociedades asignan a las personas de forma diferenciada como propias de varones o de mujeres”.

A lo largo de la investigación se observó que la localidad de Río Seco posee mucho potencial para desarrollar el turismo rural comunitario, desde el aspecto de planta turística, ya que posee un río primario que atraviesa la comunidad el cual se puede aprovechar para realizar actividades de naturaleza, así mismo existen fincas que sus propietarios se dedican a

trabajar con ganado y ovejos, que pueden modificar para fines turísticos y así tener una fuente de ingreso extra.

Además en esta comunidad existe una Iglesia muy antigua que fue construida en los años 1820 y que esta la actualidad está intacta y es usada para celebrar misas y bodas tanto de nacionales como extranjeros, además de que el esta comunidad existen casa vicentenarias que se pueden utilizar para fines turísticos, para iniciar, con sólo estos sitios se puede comenzar a planificar paquete turístico que incluya degustación de productos derivados de la leche de vaca y ovejo, un tour guiado por la comunidad explicando su historia de la iglesia con una sesión de fotos, una caminata hacia las pozas de agua, esto sólo dando un ejemplo ya que se pueden crear diferentes actividades para diversos paquetes.

Al estudiar más a profundidad está localidad a través de la aplicación del inventario turístico se evidencio que ésta comunidad cuenta con los aspectos básicos del patrimonio turístico, posee sitios naturales (ríos y fincas con belleza paisajística) y manifestaciones históricas (la iglesia y las casas bicentenarias) , ofrece servicios de hospedaje (Rupia Manzu Habitar), alimentación (restaurante Las Tuquitas), la zona tiene buenas vías de acceso, servicio de agua potable, electricidad, internet, un mini súper, actividades de esparcimiento que hacen que la actividad turística se pueda desarrollar apropiadamente porque todos estos elementos mencionados se complementan para satisfacer las necesidades de los turistas.

Figura 4. Atractivos turísticos identificados en Río seco.



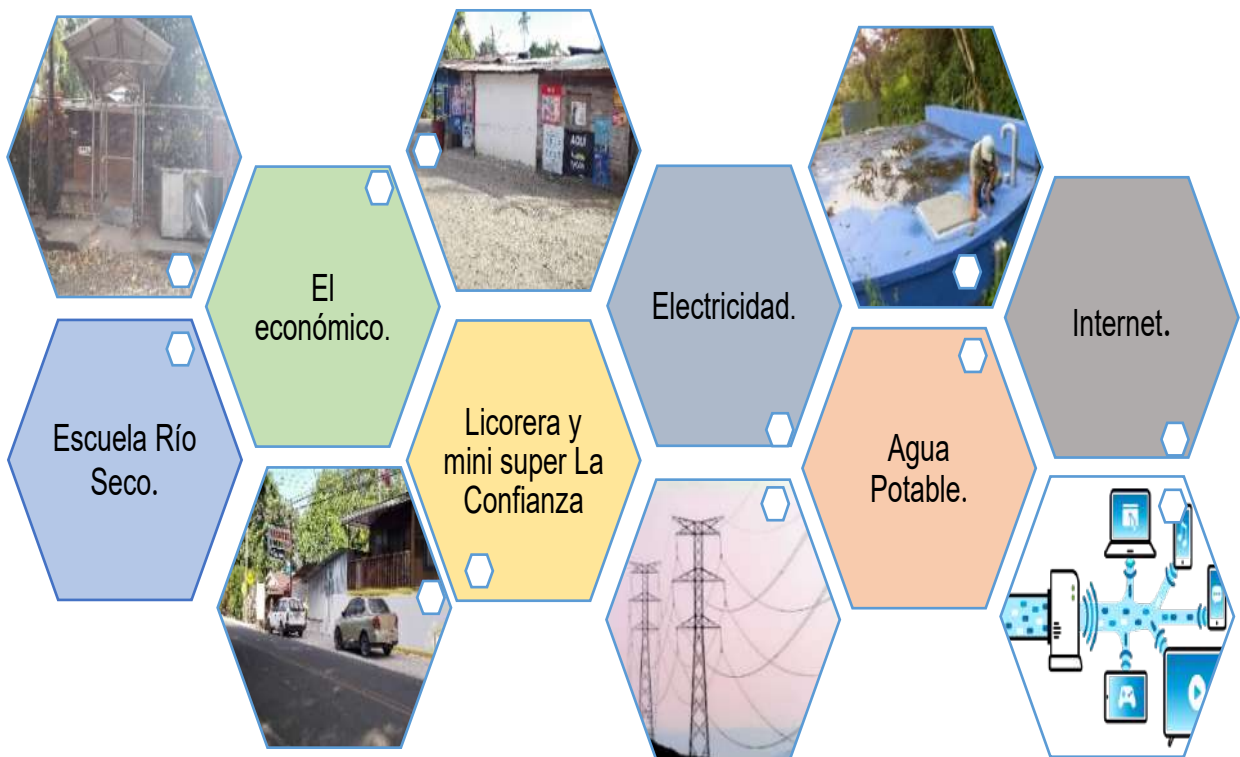
Fuente: Elaboración propia.

Figura 5. Elementos de la Planta Turística identificados en Río Seco.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 6. Elementos de la infraestructura identificados en Río Seco.



Fuente: Elaboración propia.

A pesar de que Río Seco tiene las bases para incursionar en el turismo rural comunitario, al aplicar las encuestas se demostró que el 63 % de los encuestados de este pueblo nunca habían escuchado sobre este tema, del 100% sólo el 37% afirmaron tener conocimiento sobre el tema y por ende el conocimiento que tienen de que actividades se pueden desarrollar es poco, pero a pesar de que desconocen del tema ellos creen que este tipo de turismo puede ser una fuente de ingresos extra para la comunidad, de los encuestados sólo 3% están en desacuerdo y el 100% de los encuestados afirman es importante salvaguardar las costumbres y tradiciones.

Sin embargo de que la mayoría de los encuestados sí posee conocimiento de este tema para ellos como comunidad es muy difícil emprender ya que no conocen ninguna entidad que promueva y las capacite para lograr desarrollar su negocio, en Costa Rica existían tres entidades privadas que se encargaban de promover y capacitar a las personas sobre el turismo rural comunitario, las cuales eran ACTUAR, CANTURURAL Y COOPRENA, a través de un estudio en línea se dedujo que en la actualidad ninguna de las tres está trabajando, porque ninguna contesta las llamadas telefónicas realizadas a los números que aparecen en sus páginas web, no contestan las correos electrónicos ni actualizan sus publicaciones en sus páginas oficiales ni en Facebook, es decir, que en nuestro país no existe alguna entidad que promueva y capacite sobre el turismo rural comunitario.

Es importante mencionar que este tipo de turismo su enfoque es de índole participativo, procurando involucrar a una gran parte de la comunidad en el desarrollo turístico, así mismo es imprescindible que en la comunidad a la hora de planificar sus actividades turísticas se tomen en cuenta a las mujeres de la localidad, ya que en la actualidad se ha demostrado que las mujeres van involucrándose cada vez más en la industria del turismo, así como lo afirma Grande (2008) “La mujer juega un papel fundamental en el desarrollo de la actividad, recayendo sobre ella buena parte de la responsabilidad de la actividad”.

CONCLUSIONES.

Reconocer la importancia de salvaguardar las costumbres y tradiciones de cada zona ya que a través de éstas se trasmite la esencia de la comunidad, además que se pueden utilizar como herramienta para generar ingresos mediante la planeación e incorporación en proyectos de carácter turístico.

La falta de interés de las personas jóvenes por participar en organizaciones y actividades de la comunidad porque a lo largo de la investigación se evidencio que no les interesa el bien de la comunidad.

Falta de conocimiento de los habitantes de la comunidad con base al turismo rural comunitario en conjunto con la falta de valorización de los atractivos que posee la localidad.

Falta de apoyo por entidades que promuevan y capaciten sobre el turismo rural comunitario en Costa Rica.

LITERATURA CITADA.

- Castro, R (2014). Elementos del turismo. San José: Editorial EUNED
- Comisión Económica para América Latina (2000). Desarrollo económico local y descentralización: Aproximación a un marco conceptual [PDF]. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/31392/S00020088_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- El Manual de Turismo Sostenible (2006). Manual de Turismo Sostenible [PDF]. Recuperado de <http://www.upv.es/contenidos/CAMUNISO/info/U0513920.pdf>
- Enríquez, A (2005). Desarrollo económico local: Enfoque, alcances y desafíos. Fundación Nacional para el Desarrollo, 92. Recuperado de <http://www.repo.funde.org/423/1/APD-92-I.pdf>
- Ferguson, L. (2010). Papeles de relaciones ecosociales y cambio global. Recuperado de https://scholar.es/scholar?hl=es&lr=lang_es&as_sdt=0%2C5&q=mujeres+que+trabajan+en+turismo+en+costa+rica&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DOZ2w0eGnUYkJ
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (2017). Perspectiva de género [PDF]. Recuperado de https://www.unicef.org/argentina/sites/unicef.org.argentina/files/2018-04/COM-1_PerspectivaGenero_WEB.pdf
- Grande, J. (2008). La planificación del turismo rural [PDF]. Recuperado de <https://www.turismoruralbolivia.com/docs/PlanificacionTRE.pdf>
- Guzmán, T. et al. (2009). Turismo Comunitario y Generación de Riqueza en Países en Vías de Desarrollo. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/367/36711903004.pdf>
- Instituto de Desarrollo Rural (2019). Territorios. Recuperado de https://www.inder.go.cr/territorios_inder/
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2014). Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales [PDF]. Recuperado de <http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/3028/1/BVE17068944e.pdf>
- Nel-Lou, M. (2008). Organización y características del turismo rural comunitario en Costa Rica. Revista Anales de Geografía, 167-188. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/AGUC/article/viewFile/AGUC0808220167A/30843>
- Real Academia Española (2017). Diccionario, tradiciones. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=aDbG8m4>
- Reglamento de la ley de fomento de Turismo Rural Comunitario (2010). Reglamento de la ley de fomento de Turismo Rural Comunitario [PDF]. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/legislaci%C3%B3n-de-empresas/leyes-y-reglamentos/631-reglamento-de-la-ley-de-fomento-de-turismo-rural-comunitario/file.html>
- Rodríguez, J. et al. (2018). Las Fiestas Populares, Patrimonio Intangible De Guanajuato. Verano de la Investigación Científica, 4,1. Recuperado de <http://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/2763/2019>
- Solano, L. (2006). Turismo rural comunitario en Costa Rica. Revista Ambientico, 150,9. Recuperado de <http://www.ambientico.una.ac.cr/pdfs/ambientico/150.pdf#page=14>

**El turismo y desarrollo local: principales retos y oportunidades
para el rescate del patrimonio cultural en Santa Cruz, Guanacaste,
Costa Rica.**

**Tourism and local development: Principal challenges and
opportunities to rescue the cultural patrimony in Santa Cruz,
Guanacaste, Costa Rica.**

José Andrés Barrantes Ortega,

jandresbo@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-9116-9332>

Universidad Nacional, UNA Campus Nicoya

Joseph García Jiménez,

cotogarcia4@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-9847-4332>

Universidad Nacional, UNA Campus Nicoya

Resumen

La dinámica turística de Costa Rica a lo largo de su evolución ha tenido un enfoque principalmente ecoturístico, lo cual ha logrado posicionar al país como uno de los mejores destinos por su riqueza natural. Sin embargo, durante los últimos años la tendencia del turismo rural/rural comunitario, ha obligado a los destinos a recuperar elementos relacionados con el patrimonio cultural e histórico,

como parte de los recursos que conforman la construcción de las experiencias turísticas.

El objetivo de este documento es presentar un análisis sobre los principales retos y oportunidades que existen para el rescate del patrimonio cultural como recurso turístico, que permita diversificar y potenciar la oferta turística del cantón de Santa Cruz, centrándose en elementos de gestión turística, institucionalidad y procesos de participación local.

La información presentada fue recopilada a través de fuentes tanto primarias como secundarias, generadas en procesos de acompañamiento a organizaciones de desarrollo local que han querido incursionar en la actividad turística y de paso recuperar el patrimonio cultural de Santa Cruz. Estos procesos se han desarrollado como resultado de la interacción entre el sector académico y la comunidad de Santa Cruz, en un ejercicio de planificación para rescatar el patrimonio cultural como recurso turístico.

Palabras clave: Turismo, rural, local, cultura, patrimonio.

Abstract:

Costa Rica's tourism dynamics during the last thirty years has mainly focused on ecotourism, which has positioned the country as one of the best destinations for the adequate and excellent management of its natural wealth. However, in recent

years the trend of rural / rural community tourism has forced destinations to consider not only natural attractions for tourism development, but to recover elements related to cultural and historical heritage, to include them as part of the resources for the construction of tourism experiences.

The objective of this document is to present an analysis on the main challenges and opportunities faced by the community of Santa Cruz, for the rescue of cultural heritage as a tourist resource, which will allow diversifying and enhancing of its tourism supply, focusing on elements of tourism management, institutionalism and local participation processes.

The information presented was collected using both primary and secondary sources, generated in processes of accompaniment of local development organizations that have wanted to venture into the tourist activity and recover the cultural heritage of Santa Cruz.

These processes have been developed as a result of the interaction between the academic sector and the community of Santa Cruz, in a planning exercise to include cultural heritage as a tourist resource.

Keywords: Tourism, rural, local, culture, heritage.

1. Introducción

El cantón de Santa Cruz se localiza en la provincia de Guanacaste, una de las zonas con mayor visitación turística del país. Este cantón cuenta con uno de los destinos mejor posicionados a nivel mundial dentro de la modalidad de turismo de playa, como lo es Playa Tamarindo, el cual históricamente es uno de los sitios más visitados en la región.

Si bien es cierto el porcentaje de visitación turística en Santa Cruz es alto, hay un problema de concentración en las zonas costeras, por lo que se ha visualizado, desde la perspectiva de algunas organizaciones locales, la necesidad de diversificar la oferta turística a través del aprovechamiento del patrimonio cultural e histórico como recurso turístico.

La presente investigación tiene como objetivo valorar el estado de la gestión actual del turismo y conocer los principales retos existentes para la promoción de turismo cultural como un modelo que ayude a diversificar la oferta turística de Santa Cruz, Guanacaste. A raíz de esto se pudieron identificar los elementos y ejes más importantes que se deben tomar en cuenta para la mejora en los procesos y diseño de nuevas estrategias de gestión, y además en el diseño de nuevos productos turísticos que permitan aprovechar el patrimonio histórico-cultural como un elemento diferenciador de la propuesta turística del cantón de Santa Cruz.

2.1 Aspectos teóricos

2.1.1 Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1995) citado por Quesada, R (2007) el turismo se comprende como:

“Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado”.

Por otro lado, Quesada, R (2017) dice que en la actualidad el turismo no solo implica el viaje del turista, sino también el complejo proceso de organización, promoción y prestación de servicios, además denota la diversidad de relaciones y efectos (positivos y negativos) entre quienes participan en este fenómeno.

“El turismo resulta muy importante desde el punto de vista social, cultural y económico. Gracias al turismo aumenta notablemente la [inversión](#) en construcciones de infraestructura, y edificaciones, genera un mayor [nivel de desarrollo](#) en las áreas involucradas.”(Raffino, E, 2019).

Según como ha ido evolucionando la actividad han surgido conceptos como el del turismo alternativo el cual se comprende como:

“Un conjunto de actividades alternativas que se presentan como las nuevas tendencias de la sociedad en general, ya que se llevan a cabo de manera racional y con gran apego a la sustentabilidad. El turista busca tener un contacto más cercano con la naturaleza o tener nuevas experiencias en un ambiente único.” (Ibáñez,R & Cabrera,C,2011)

El turismo es una actividad que contribuye mucho tanto es aspectos sociales, económicos, culturales como ambientales, puesto que al tratarse de una actividad en la que se realizan visitas de un gran número de personas que viajan hacia un destino o lugar, esto provoca que dicha demanda requiera de servicios especiales. Cuando un destino posee potencial turístico que pueda ser aprovechado ya sea gracias a sus recursos o ubicación geográfica, se deben realizar inversiones que permitan adaptarlo hacia la actividad turística, por lo que se deben realizar mejoras de acceso o calles, edificaciones que brinden servicios necesarios como lo pueden ser: hospedaje, alimentación, sitios de abastecimiento (gasolineras, supermercados, centros de salud, bancos, etc.), lo cual es beneficioso para el desarrollo de dicho sitio, ya que gracias al turismo, este puede crecer y desarrollarse por la contribución que generan las inversiones turísticas.

2.1.1.1 Turismo Rural

Según Morera,C (2006) el turismo rural como concepto no presenta una definición única, sino que su caracterización es bastante amplia; sin embargo, la mayoría de investigadores de los países europeos lo definen como aquellas actividades compuestas por una oferta integrada de ocio y recreación dirigida a una demanda cuya motivación principal es el contacto con el entorno autóctono y que potencia la interrelación con la sociedad local.

Desde otra perspectiva el turismo rural se puede considerar como una respuesta a las necesidades de las pequeñas iniciativas agrarias, con problemas de continuidad, que permite a las familias agrarias llegar a un nivel de vida que compensa las dificultades de la vida rural y proporciona una respectiva autonomía respecto al sector agroindustrial. (García, B;2003)

2.1.1.2 Turismo cultural

La definición técnica dice que el turismo cultural es cualquier movimiento de personas hacia atracciones culturales, como sitio de patrimonio, manifestaciones artísticas y culturales música, teatro o danza, fuera de su lugar habitual de residencia. (Richards, 1996: 24) citado por Pulido, J, Vaquero M & Velasco, M (2013).

Según Quesada, R (2017) se le llama turismo cultural a los viajes que se realizan con el fin de disfrutar y conocer aquellos lugares donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente por encima de otros recursos.

2.1.2.1 Participación local

Acorde con Aguilar, M (2018), se entiende como participación local o comunitaria a:

“ese proceso en donde un grupo de personas de una misma zona o localidad se reúnen con el motivo de discutir problemáticas, necesidades o intereses en común que posean, e iniciar con la formulación de propuestas que llevarían como objetivo el poder mitigar o mejorar dichos intereses existentes con la finalidad obtener un bienestar en común que permita el desarrollo y progreso de las comunidades aledañas”.

2.1.3 Cultura

Acorde con Portugal, M (2019) la cultura es el significado de lo que somos como persona, el cual es atribuido hacia nosotros por parte de nuestros progenitores en el momento de nuestro nacimiento, son todos esos valores,

costumbres, credos, tradiciones que vienen de un linaje inculcado anterior a nosotros y que formará parte de nuestra vida posteriormente.

2.1.4 Patrimonio

En concordancia con la definición de la fundación ILAM, el patrimonio cultural se refiere al grupo de simbolismos tangibles e intangibles históricos heredados de un grupo humano, que poseen un significado emocional por parte de las personas propias de la zona, dicho patrimonio es heredado, cuidado, moldeado y transmitido de generación en generación. (2019)

3.Aspectos metodológicos

La presente investigación es de enfoque cualitativo, debido a según como señalan Sampieri, R; Fernández,C & Baptista,L(2006), se extrae el significado de los datos y no necesita reducirlos a números ni debe analizarlos estadísticamente, lo cual conlleva a que esta investigación sea de tipo descriptivo ya que busca especificar propiedades y características importantes del tema en estudio.

Los datos y la información recopilada para este proceso de investigación están centrados en fuentes secundarias: revisión bibliográfica, documentos electrónicos, noticias, entre otros. Además, se ha tomado como apoyo algunos insumos en fuentes primarias, generados a través del trabajo de campo realizado por los estudiantes del curso Gestión del turismo alternativo de la carrera Gestión Empresarial de Turismo Sostenible.

4. Principales retos y oportunidades para el rescate del patrimonio cultural en Santa Cruz

4.1 Descripción de la situación actual del turismo en el cantón Santa Cruz

La dinámica turística en la zona de Santa Cruz se caracteriza por tener altos flujos de visitación, con un segmento de mercado que posee un alto interés por el turismo de playa; sin embargo, durante los últimos años ha aumentado el interés por parte de los turistas por visitar y vivir experiencias que les permitan conocer de manera muy cercana la realidad local y la riqueza cultural, es por esto que se vuelve tan importante el rescate del patrimonio cultural histórico en el cantón de Santa Cruz.

4.2 Principales retos y oportunidades

El turismo puede ser un mecanismo para el fomento del desarrollo local y una herramienta para el rescate del patrimonio cultural histórico, sin embargo, a nivel local existen una serie de retos y oportunidades que deber ser tomados en cuenta para poder gestionar la actividad de una manera que garantice el desarrollo con un enfoque en la sostenibilidad y en la activación de las economías locales. En la Figura No. 1 que se presenta a continuación, se resumen los retos y oportunidades para el cantón Santa Cruz que se identificaron en esta investigación.

Figura N° 1. Principales retos y oportunidades del Cantón Santa Cruz.



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la Figura N° 1, los principales retos a nivel local son: Mejora de la planificación turística, lo cual debe ir muy de la mano con la participación del gobierno local, quienes deben desarrollar la estrategia para el fomento del turismo y la incorporación del patrimonio cultural histórico, y con ello fomentar procesos de inversión en la planta turística de manera estratégica. Además, es necesario trabajar en la recopilación histórica que permita la creación de productos turísticos de calidad que potencien la riqueza cultural e histórica del cantón de Santa Cruz.

5.Conclusiones

El cantón de Santa Cruz es un sitio de gran riqueza cultural e histórica, que puede considerarse como un recurso valioso para el diseño de productos turísticos que permitan la diversificación del mercado turístico actual; sin embargo, hasta el momento desde el gobierno local se ha fomentado únicamente el turismo de playa, el cual se ha masificado generando impactos negativos especialmente en zonas costeras.

El cantón de Santa Cruz fue declarado ciudad folklórica desde el año 1974, siendo este uno de los principales motivos por los que el rescate cultural e histórico se percibe como una fuerte necesidad. En este aspecto, es de vital importancia la participación del gobierno y organizaciones locales como plataforma base para el fomento y rescate cultural en la zona.

Por otro lado, el Plan Nacional de Turismo Sostenible del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) establece dentro de sus estrategias el fomento de lo autóctono y el fomento de las empresas locales, para lo cual es importante fomentar la generación de encadenamientos productivos que sirvan como generadores de empleo y que permitan que las economías locales se mantengan activas.

En conclusión, se puede decir que es importante tener en mente que las nuevas tendencias turísticas están apuntando hacia un consumo de productos turísticos que permitan conocer experiencias locales y que rescaten el patrimonio histórico y cultural, todo de una forma vivencial y participativa.

5. Referencias

- Aguilar M. (2013). *PARTICIPACIÓN COMUNITARIA: ¿qué es?*. Recuperado de: <https://mariajoseaguilaridanez.wordpress.com/2013/11/30/participacion-comunitaria-que-es/>
- ILAM. (2019). *Patrimonio cultural*. Recuperado de: <https://www.ilam.org/index.php/es/patrimonio-cultural>
- García, B. (2003). “*Marketing del turismo rura*”l. España: ESIC Editorial.
- García López, R. (2017). *Turismo Rural Comunitario (TRC)*. Recuperado de: <https://www.aprendedeturismo.org/turismo-rural-comunitario-trc/>
- Morera,C(2006). “*Concepto y realidad del turismo rural en Costa Rica*”. Revista Ambientico. (4) Recuperado de <http://www.ambientico.una.ac.cr/pdfs/ambientico/150.pdf>
- Portugal M. (2007). *Concepto de cultura*. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html>
- Pulido, J, (coordinador), Vaquero, M & Velasco M. (2013). *Turismo cultural*. Editorial Síntesis, Madrid.
- Quesada, R. (2017). *Elementos del turismo: Teoría, clasificación y actividad*. EUNED, Costa Rica.
- Raffino M. (2019). *Concepto de turismo*. Recuperado de: <https://concepto.de/turismo/>
- Sampieri, R; Fernández,C & Baptista,L(2006), “*Metodología de la investigación 6ta Ed*”. McGrawHill, México.

EL TURISMO COMUNITARIO Y LOS ODS EN TERRITORIOS DE POSCONFLICTO. LEJANÍAS, META

Diana Cruz Maldonado¹

Karen Johana Pardo Castañeda²

Resumen

En Colombia, gracias a los acuerdos de paz terminados en el año 2016, se dio origen a nuevas alternativas que cambiarían el estilo de vida de los territorios que antes vivían asediados por el conflicto armado. Algunos de estos territorios, vieron su oportunidad en el turismo, por lo cual se empezaron a generar procesos comunitarios de la mano de programas realizados por el sector público y organizaciones de cooperación internacional para construir conjuntamente un nuevo horizonte, como es el caso de Lejanías, Meta: un municipio que se podría decir, vivió las diferentes caras del conflicto armado, y que ahora, está vinculado a distintas estrategias turísticas para el desarrollo territorial como la Ruta Sierra de la Macarena y el programa de Turismo, Paz y Convivencia; y en donde sus actores propenden por un desarrollo sostenible realizando acciones en pro de la conservación de sus recursos naturales y el sustento de sus familias, de manera participativa e inclusiva. Por lo anterior, se hace un análisis de esta gestión comunitaria del turismo en el municipio y su contribución a través de distintos elementos, a algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. Para la investigación realizada se tomaron seis de los 17 Objetivos planteados por el PNUD. En este caso, solo se abordaron los resultados obtenidos para el análisis de los Objetivos 13, 15 y 16: Acción por el clima, Vida de ecosistemas terrestres y Paz, justicia e instituciones sólidas.

Palabras clave: turismo comunitario; sostenibilidad; paz; recursos naturales.

Abstract

In Colombia, thanks to the peace agreements concluded in 2016, new alternatives were born that would change the way of life of the territories that lived besieged by the armed conflict before. Some of these territories saw their opportunity in tourism, which is why they began to generate community processes along with programs carried out by the public sector and international cooperation organizations to jointly build a new horizon, as in the

¹ Programa de Turismo, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Colombia. dianacruz@unicolmayor.edu.co

² Programa de Turismo Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Colombia. kjpardo@unicolmayor.edu.co

case of Lejanías, Meta: a municipality that could be said, lived the different faces of the armed conflict, and that now, is linked to different tourism strategies for territorial development such as the Sierra de la Macarena Route and the Tourism, Peace and Coexistence program; and where its actors advocate for sustainable development by carrying out actions in favor of the conservation of their natural resources and the livelihood of their families, in a participatory and inclusive manner. Therefore, an analysis of this community management of tourism in the municipality and its contribution through different elements is made to some Sustainable Development Goals of the United Nations Development Program. From the research carried out, six of the 17 Objectives proposed by the UNDP were taken. In this case, only the results obtained will be addressed in the analysis of Goals 13, 15 and 16: Climate action, Life on land and Peace, justice and strong institutions.

Keywords: Community based tourism. sustainability, peace, natural resources.

1. INTRODUCCIÓN

Un lustro atrás, aproximadamente, en los albores de la paz de Colombia, se visibilizaron localidades y regiones, no sólo por las historias dolorosas de la guerra que salieron a la luz pública, sino por las atractivas características de sus paisajes. Asimismo, el turismo comunitario en el país aumentó en los últimos años gracias al posconflicto, por lo que emergieron territorios que antes no se conocían o a los cuales no se tenía acceso, como es el caso del municipio de Lejanías, Meta, donde sus pobladores a través de diferentes estrategias “tomaron las riendas” del fenómeno turístico; lo que significó la implementación de acciones necesarias para equilibrar los ingresos económicos por la llegada de nuevos visitantes, con los impactos generados social y ambientalmente (como la llegada de 6,000 visitantes aproximadamente al sector de Piscinas del Güejar, para la temporada de septiembre de 2015 a febrero de 2016, lo que provocó la acumulación de seis toneladas de basura en el río, o la generación de problemas de inseguridad debido a las condiciones de infraestructura del lugar, que ocurrieron en la misma fecha).

Por lo anterior, se describen estas acciones enmarcadas en el posconflicto para establecer su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), realizados por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), como un punto de referencia mundial para la orientación de próximas políticas públicas y acciones de los actores sociales. En este caso solo se abordaron los Objetivos 13, 15 y 16: Acción por el

clima, Vida en ecosistemas terrestres y, Paz, justicia e instituciones sólidas; los cuales hacen parte de una investigación realizada para optar por el título de Profesionales en Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Estos objetivos, si bien, trazan un horizonte, no son de obligatorio cumplimiento, por lo que las naciones que los quieran adoptar deben adaptarlo a las condiciones propias, como en el caso de Colombia, que se encuentran establecidos por el Consejo Nacional de Política Económica y Social (Conpes), en el documento 3918; el cual, brinda un acercamiento a la situación de los ODS en el país y su seguimiento, en los que se especifican los indicadores para medir cada uno de estos factores que componen la lista multidimensional del desarrollo para las Naciones Unidas. Estos indicadores responden a una meta específica para cada objetivo; sin embargo, su alcance es limitado, pues las estadísticas se muestran solamente a nivel nacional o departamental en algunos casos, por lo que no se ve el avance desde lo local.

2. EL TURISMO COMUNITARIO EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Para conocer el concepto de turismo comunitario y su influencia en el desarrollo sostenible, se toma, primero, la definición del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) de Colombia, en la que se afirma que el turismo comunitario es:

Una estrategia local de aprovechamiento de ventajas comparativas en condiciones complejas desde lo social, económico, ambiental y cultural, que con unas mínimas oportunidades y capacidades pueden transformar su realidad o entorno en oportunidades competitivas para las comunidades involucradas, otorgando así soluciones prácticas a problemas complejos como la paz y el desarrollo. (p.8)

Por lo que este fenómeno social se ve como una acción estratégica para lograr la transformación de territorios generando soluciones a problemas gracias al aprovechamiento de sus cualidades.

El turismo comunitario ha permitido que diversos grupos sociales o comunidades desarrollen actividades económicas complementarias a las usuales y generen ingresos económicos, en muchos casos a través de los recursos culturales y naturales con los que cuenta, por lo que requiere de un manejo cuidadoso de estos, ya que de no ser así se podría ver afectada su conservación y corre el riesgo de perderse. Es necesario entonces, que se generen procesos integrales y sostenibles para que el turismo sea un factor generador de desarrollo, por lo que se deben consolidar las intenciones de estos grupos

sociales para que esta actividad no genere conflictos dentro del territorio y sea un motor para ampliar la participación e inclusión de diversos grupos poblacionales; por lo cual, debe haber una toma de decisiones basada en el consenso para la gestión conjunta de estos bienes.

Por otra parte, este tipo de organización del turismo contribuye al desarrollo de las zonas donde se da principalmente: lo rural; como lo menciona el autor Cañada (2009), quien menciona varios aspectos en los que el turismo comunitario ha contribuido en el desarrollo rural en América Latina como lo son la dinamización económica, la generación de empleo, la valoración y conservación de los recursos patrimoniales comunes (naturaleza y cultura), y el fomento de la participación de la mujer.

Por lo anterior, y teniendo en cuenta que la idea de la sostenibilidad se gesta de la búsqueda del equilibrio entre lo económico, lo ambiental y lo social, se puede pensar que el turismo comunitario es un fenómeno social que presenta claros aportes a la sostenibilidad desde lo local, por lo cual se hace una aproximación a los aportes de este tipo de actividad a algunos de los ODS, en tanto que son objetivos que tienen un enfoque multidimensional.

3. LEJANÍAS, META

3.1. Contexto histórico-geográfico

Figura 1. Municipio de Lejanías en el departamento del Meta



Fuente: <http://www.lejanias-meta.gov.co/tema/mapas>

El municipio de Lejanías, está ubicado al noroccidente del departamento del Meta, en la región de los llanos orientales de Colombia y subregión del Ariari, una de las zonas mayormente afectadas por la presencia de grupos armados al margen de la ley; donde se ubica el municipio de Lejanías, a donde llegaron distintos frentes de grupos armados al margen de la ley. En esta zona, de gran abundancia y fertilidad de sus tierras, el desarrollo socioeconómico se vio afectado en gran manera, por falta de inversión en servicios sociales e infraestructura vial, lo que mantuvo a Lejanías como un lugar “inaccesible”, en donde era complicado tanto entrar como salir, debido a la presencia de actores armados de distintos bandos: por un lado, estaba la guerrilla, por otro, los paramilitares, y por otro, la fuerza pública.

3.2. El turismo en Lejanías, Meta

Hoy día, en este municipio, que cuenta con un atractivo hídrico de gran importancia: el río Güejar, se desarrolla el turismo de base comunitaria con principios de sostenibilidad, por lo que llama la atención gracias a los impactos positivos que tiene este para su región y su aporte a los ODS, ya que se realizan prácticas favorables para el medio ambiente al tiempo que se generan ingresos económicos y se crean alianzas y redes entre la población vinculada, y de esta con actores externos institucionales, como la vinculación en la estrategia de Turismo, Paz y Convivencia (MINCIT) , la inclusión en la ruta Sendas de Agua, Torrentes de Paz de la Región Administrativa y de Planificación Especial (RAPE – Región Central), o la inclusión en procesos de capacitación por parte de entidades nacionales y organizaciones de cooperación internacional.

Para este caso se describen los resultados obtenidos para los Objetivos 13, 15 y 16: Acción por el clima, Vida en ecosistemas terrestres y, Paz, justicia e instituciones sólidas. En este último, se reconoce la construcción de paz no solamente como la ausencia de conflicto; sino también, como la mejora de las relaciones sociales en el territorio, tal como lo afirman Cristancho y Moreno (2017):

El turismo para que contribuya verdaderamente al proceso de construcción de paz, se hace necesario que su desarrollo se genere desde una óptima asociativa y comunitaria, [...] dicho aspecto permitiría no solamente el desarrollo del turismo en general, sino el fortalecimiento de la cohesión social que puede verse afectado tras las dinámicas de violencia del conflicto. (p.49)

Igualmente, se analiza la participación en la toma de decisiones, en tanto que es un factor que amplía la democracia y por ende aporta significativamente a que se desarrollen con éxito los procesos comunitarios.

4. OBJETIVO

Describir los aportes del turismo comunitario desarrollado en Lejanías, Meta al desarrollo sostenible a partir de los Objetivos de Desarrollo Sostenible del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD, contenidos en la Agenda 2030.

5. METODOLOGÍA

La metodología utilizada durante la investigación tuvo un enfoque cualitativo de tipo exploratorio-descriptivo, las técnicas de recolección de información fueron entrevistas semi-estructuradas y entrevistas biográficas y se tomaron notas en terreno para validar la información proporcionada por la unidad de análisis. La población escogida para la aplicación de los instrumentos de recolección de información, fueron en su defecto, personas que participan directamente en la actividad turística de base comunitaria, lo que hizo que la unidad de análisis tuviese una muestra de tipo no probabilístico.

Para el desarrollo de la investigación, como primer paso se eligieron los ODS a ser abordados; esto se hizo teniendo en cuenta las cualidades geográficas de la zona y la posibilidad de ser cumplidos mediante el desarrollo de la actividad turística. Los objetivos que se abordarán en este artículo, teniendo en cuenta los acontecimientos históricos del municipio de Lejanías-Meta que enmarcan el municipio en una zona afectada por el conflicto, además de ser consolidado como uno de los destinos de turismo emergente del país por sus recursos naturales, son los ODS 13, 15 y 16: Acción por el clima, Vida en ecosistemas terrestres y, Paz, justicia e instituciones sólidas.

En este caso, se establecieron indicadores según metas específicas para cada objetivo, tomando las acciones realizadas en pro del medio ambiente y su nivel de eficiencia, los estudios ambientales realizados, la construcción de paz, la participación en la toma de decisiones y la situación de convivencia de la población vinculada directamente en turismo comunitario. Los indicadores fueron:

Tabla 1. Matriz de indicadores

Objetivo	Indicador
13. Acción por el clima	1. Porcentaje de acciones realizadas por la población vinculada al turismo con respecto a las realizadas por otros actores. 2. Nivel de eficiencia de las acciones realizadas basado en la opinión del grupo social.
15. Vida de ecosistemas terrestres	1. Nivel de estudios ambientales en áreas turísticas. 2. Nivel de efectividad del límite de capacidad de carga en los lugares establecidos. 3. Nivel de eficiencia de las acciones realizadas basado en la opinión del grupo social.
16. Paz, justicia e instituciones sólidas	1. Nivel de participación de la población vinculada en turismo en la promoción y defensa de los Derechos Humanos. 2. Nivel de participación en la toma de decisiones en las diferentes iniciativas comunitarias. 3. Opinión sobre el cambio del municipio luego del acuerdo de paz y la incidencia del turismo. 4. Situación de convivencia entre la población vinculada en el turismo comunitario.

Fuente: Elaboración propia con datos basados en el CONPES 3918. Los indicadores fueron de elaboración propia o en su efecto, adaptados para la recolección de la información adecuada que permitió medir la incidencia del turismo comunitario en el cumplimiento de los ODS seleccionados.

6. RESULTADOS: EL TURISMO COMUNITARIO Y LOS ODS

6.1. Acción por el clima y vida de ecosistemas terrestres

El desarrollo de la actividad turística ha mejorado la administración de los recursos ambientales; pues, con la llegada del turismo las personas involucradas en esta actividad se han capacitado para mejorar los procesos de prestación de servicios turísticos en el territorio, aumentando con ello, el sentido de pertenencia y el cuidado de los recursos.

La población local vinculada directamente al turismo, realiza acciones que aportan a la conservación de los recursos naturales y la mitigación de las emisiones de gases de efecto invernadero, especialmente, en las veredas Miravalles del Güejar y Cafetales, las zonas donde se centran los recursos y atractivos turísticos. Entre las principales acciones se mencionan: la reforestación con enfoque en los cultivos de especies endémicas, manejo de basuras enfocado en el reciclaje, uso de fuentes de energía renovable como la solar por dos de las seis fincas turísticas o la hidráulica por una de las fincas, y

sensibilización ambiental para los turistas. Cabe resaltar que estas acciones no han sido realizadas únicamente por los actores de la actividad turística, sino que han ido de la mano con la alcaldía del municipio, y entidades privadas como el centro agroecológico *La Cosmopolitana*, ubicado en el mismo departamento.

Por otra parte, los atractivos que se encuentran ubicados en la vereda Miravalles del Güejar cuentan con un estudio de capacidad de carga reciente (elaborado a principios del año 2018), que no se ha podido efectuar; pues, hasta el momento los resultados de este no han sido comunicados oficialmente a la población. De igual manera queda en duda la eficacia del estudio, teniendo en cuenta que, a la fecha, las fincas turísticas han mejorado la infraestructura lo que permite el aumento de capacidad de carga en estas zonas por su adecuación. Sin embargo, a través de la organización de cinco fincas, se instaló una taquilla antes de ingresar al atractivo, a través de la cual, se tiene un registro del ingreso de los visitantes.

6.2. Turismo comunitario: paz, convivencia y toma de decisiones

El turismo comunitario que se desarrolla en Lejanías luego del Acuerdo de Paz firmado el 26 de septiembre del 2016, ha permitido un cambio de concepción de la imagen del municipio, así mismo el turismo ha permitido que lleguen personas de diferentes partes del país y de diferentes países a conocer los atractivos que son ofrecidos; además de esto, la actividad turística se contempla como una alternativa económica para las personas involucradas. Se puede decir, teniendo en cuenta las opiniones de los entrevistados, que el acuerdo de paz ha permitido que algunas de las personas que migraron a causa del conflicto armado, regresen en búsqueda de nuevas alternativas, pues es la actividad turística desarrollada allí una nueva alternativa para los jóvenes en el campo.

Si bien la mayoría del grupo social entrevistado no conoce o no ha oído hablar de organizaciones que promuevan la defensa de los derechos humanos, dentro del municipio, se encontraron acciones que buscan fomentar el buen trato y evitar caer en prácticas que vulneren derechos como la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes (ESCNNA) o el trabajo infantil. También buscan desarrollar la actividad turística de manera consensuada, por lo tanto, se tienen en cuenta las opiniones de todos los integrantes de las iniciativas; sin embargo, quien finalmente toma las decisiones es el líder o encargado de esta, lo que da como resultado un nivel medio en la participación para la toma de decisiones.

Finalmente, ha sido la actividad turística comunitaria una promotora de mejorar la calidad de vida de las personas involucradas, además de mejorar la convivencia de estas personas, según el 60% de los entrevistados, que equivalen a 12 personas; la convivencia se ha fortalecido luego de la aparición de la actividad turística; es gracias a la actividad turística se han establecido convenios y alianzas creando así nuevos lazos de amistad entre los vecinos de la vereda.

7. CONCLUSIONES

El turismo comunitario es una actividad que si se realiza con procesos de capacitación constante enfocadas en la sostenibilidad de la actividad turística a la población vinculada, permite proteger los recursos naturales y desarrollar procesos comunitarios de conservación, pues los actores sociales entienden el papel importante que desempeñan como intermediarios entre el entorno natural y el turista; por lo tanto, buscan desarrollar actividades que tengan mínimos impactos ambientales, entendiendo el nicho de cada especie en su ecosistema, para de esta manera lograr salvaguardar el entorno ambiental que acompaña y fomenta la actividad turística.

Por otra parte, un factor vital a la hora de hablar de sostenibilidad en Colombia, es la construcción de territorios pacíficos, participativos e incluyentes, en lo que el turismo juega un papel importante, pues permite que se afiancen los lazos de convivencia entre grupos sociales de diferentes ubicaciones geográficas y que vivieron dinámicas diferentes en la época del conflicto armado. Asimismo, es un factor importante a la hora de generar participación comunitaria, ya que permite el uso de mecanismos de diálogo y concertación a la hora de tomar decisiones, que influyen de manera directa o indirecta en el territorio y en la gestión de los recursos comunes, en este caso recursos naturales, en una región tan rica en estos como lo es “la capital de la abundancia”, otro nombre con el que se conoce al municipio.

Los grupos sociales vinculados directamente en el turismo en el municipio de Lejanías, Meta, de la mano de instituciones públicas y organizaciones regionales e internacionales, realizan un turismo que puede generar grandes beneficios para las personas que se encuentran involucradas directa e indirectamente en esta actividad, así como preservar el medio ambiente y generar entornos pacíficos y transformadores del territorio. Esto se ha dado gracias a la planificación, capacitación y gestión turística con enfoque sostenible.

El turismo comunitario, es un fenómeno social que aporta significativamente al cumplimiento de los ODS, en tanto que su impacto es multidimensional; pues, permite la

generación de ingresos a las personas y familias a partir del aprovechamiento de los recursos en común, produce mayor conocimiento y por ende valoración del patrimonio natural y cultural del territorio, y finalmente suscita la convivencia y participación de grupos sociales en la gestión territorial, lo que desencadena la construcción de paz. El turismo comunitario bien gestionado aporta de manera transversal a estos aspectos para contribuir así al desarrollo sostenible. Sin embargo, es necesario que desde las instituciones se generen mecanismos de medición y seguimiento en el aporte a los ODS desde el nivel local.

Referencias

- Cañada, E. (2009, agosto, 07). Perspectivas del turismo comunitario: cómo mantener vivas las comunidades rurales. Pueblos. Revista de información y debate. Obtenido de: <http://www.albasud.org/blog/es/42/aportes-del-turismo-comunitario-al-desarrollo-rural>
- Cristancho., V. y Moreno., P. M. (2017). Aportes del turismo comunitario al proceso de construcción de paz. Estudio de caso entidad Ecoamem, en la vereda Bocas del Raudal del municipio de San José del Guaviare. Trabajo de grado no publicado, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Bogotá.
- MinCIT. (2011). Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia. Bogotá.

Bibliografía

- Agüera, F. (2013). *El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados*. Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences, 38 (2)
- Burgos, R. y Cardona, M. (2015). *El turismo comunitario en Colombia: Iniciativa de desarrollo local y estrategia de empoderamiento del patrimonio cultural*. Administración, Desarrollo, 45(1), 129-141.
- Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2011). *Modificación el Conpes Social 91 del 14 de Junio del 2005: "Metas y estrategias de Colombia para el logro de los objetivos de desarrollo del Milenio-2015"*. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación.
- Consejo Nacional de Política Económica y Social. 3918. (2018). *Estrategia para la implementación de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) en Colombia*. Bogotá

TURISMO Y REPRESENTACIONES SOCIALES MUISCAS EN EL MUSEO DEL ORO DE BOGOTÁ

Ivette Milena Galeano López¹

Resumen

En tiempos precolombinos, lo que es hoy Bogotá (Colombia) fue parte del territorio de un importante pueblo indígena: Los muisca, quienes fueron protagonistas de la leyenda del dorado, que atrajo en la antigüedad a numerosos aventureros descrecidos por la idea del oro. Aunque después de la conquista, se dio por desaparecido este pueblo, en la actualidad es posible encontrar dos Cabildos indígenas en la ciudad de Bogotá compuestos por descendientes muisca, reconocidos incluso por normativa del ministerio del interior.

Pero ¿Cómo son representados estos indígenas en el ámbito turístico? Para responder este interrogante, en este estudio se abordaron las representaciones sociales que existen sobre los muisca desde dos posturas; en primer lugar, la institucional obtenida del Museo del Oro de Bogotá; un importante espacio cultural en donde se exhiben múltiples piezas muisca, a través de una revisión del contenido de su colección permanente, y por otro lado, la del público de este museo: visitantes, turistas nacionales y extranjeros por medio de entrevistas semiestructuradas. Inicialmente, se contempló la participación de indígenas de actuales cabildos, pero por cuestiones logísticas no fue posible llevar a cabo el ejercicio de auto representación.

Finalmente, se pudo saber que los tres tipos de público del museo asimilan que este pueblo indígena es una realidad del pasado, mencionan algunos datos generales de ubicación, aspectos culturales y emiten valoraciones en su mayoría positivas sobre ellos. También, se evidenció que el público considera importante que el museo proporcione información de los indígenas actuales en Colombia y además, manifestó interés por contactar con esas comunidades, lo que representa una oportunidad para que las propuestas de turismo de grupos indígenas de la ciudad se articulen con el museo.

Palabras clave: Representaciones, pueblo indígena, museo, visitante, turista

Abstract

In pre-Columbian times, what is today Bogotá (Colombia) was part of the territory of an important indigenous people: The Muisca, who were protagonists of the golden legend, which attracted many adventurers in ancient times, amazed by the idea of gold. Although

¹ Estudiante del programa de turismo, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Colombia, igaleano@unicolmayor.edu.co

after the conquest, this population were considered disappeared, it is now possible to find two indigenous Cabildos in the city of Bogotá composed of Muisca descendants, recognized even by the Ministry of the Interior.

But how are these indigenous people represented in the tourism sector? To answer this question, this study addressed the social representations that exist of the Muiscas from two positions; first, the institutional obtained from the Gold Museum of Bogotá; an important cultural space where multiple Muisca pieces are exhibited, through a review of the content of its permanent collection, and on the other hand, the public of this museum: visitors, national and foreign tourists, through semi-structured interviews. Initially, the participation of indigenous people of current councils was contemplated, but for logistical reasons it was not possible to carry out the exercise of self-representation.

Finally, it was learned that the three types of audience of the museum assimilate that this indigenous people is a reality of the past, they mention some general location data, cultural aspects and emit mostly positive evaluations about them. Also, it was evidenced that the public considers it important that the museum provide information on the current indigenous people in Colombia and also expressed interest in contacting these communities, which represents an opportunity for the tourism proposals of indigenous groups in the city to be articulated with the museum.

Keywords: representations, indigenous people, museum, visitor, tourist.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se enfoca en las representaciones sociales de los indígenas muisca, desde diferentes miradas, que se pueden obtener en el Museo del Oro de Bogotá. Por un lado, la que se extrae de los contenidos de la exhibición permanente, es decir; las cuatro salas principales, que responden a una representación institucional y por el otro, las consideraciones del público del museo: visitantes, turistas nacionales y extranjeros.

Esta investigación utiliza la metodología cualitativa porque la encuentra más apropiada, debido a que la información requerida concierne a sentires y formas de pensar de las personas, lo que es de carácter subjetivo e implica descripción y mayor riqueza interpretativa. Además, es un estudio de tipo exploratorio, porque a partir de la revisión de antecedentes documentales tanto libros como, trabajos de grado y artículos, las representaciones sociales han sido un tema poco abordado en relación con los grupos indígenas y los ámbitos turísticos. Además, el estudio solo hace un primer acercamiento a la cuestión por lo que se alcanza una etapa descriptiva más no analítica que implica mayor profundidad.

Esta investigación se limita a describir las representaciones sociales de los indígenas muisca desde las miradas anteriormente mencionadas únicamente, aunque al inicio del estudio se contempló trabajar con una comunidad indígena muisca de Bogotá, para obtener la auto-representación, cuestiones logísticas impidieron desarrollar esta parte.

A continuación, encontrará que el escrito se divide en cuatro apartados. En la primera parte, se aborda todo lo correspondiente a los objetivos. En la segunda, concierne al proceso metodológico, la siguiente a los resultados y el último se ocupa de las conclusiones y recomendaciones, que se originaron a través del desarrollo de todo el trabajo.

OBJETIVO

Objetivo General

Identificar las representaciones sociales que tienen: el Museo del Oro de Bogotá y su público (visitantes, turistas nacionales y extranjeros) sobre el pueblo muisca.

Objetivos específicos

1. Contextualizar el pueblo indígena muisca.
2. Describir las representaciones sociales de los indígenas muisca que ofrece la colección permanente del Museo del Oro de Bogotá y las del público (visitantes, turistas nacionales y extranjeros) sobre el pueblo muisca.

METODOLOGÍA

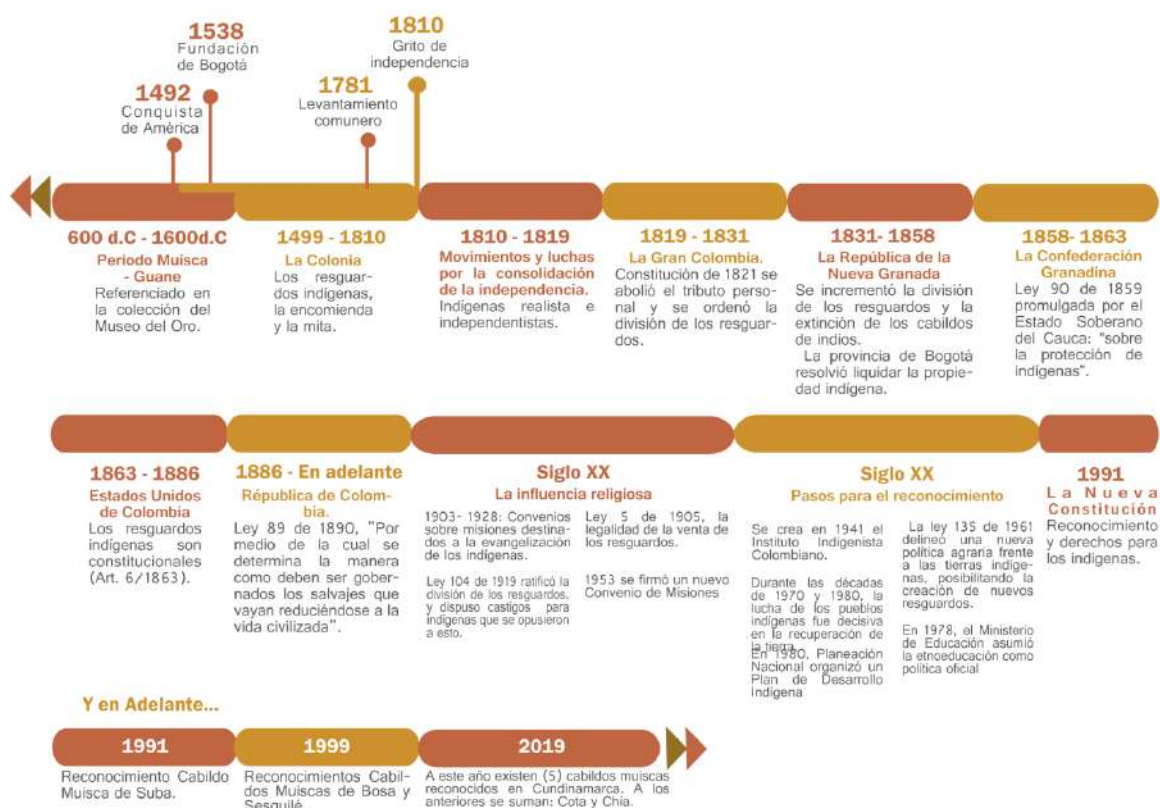
El proceso metodológico realizado se desarrolló desde una perspectiva de corte cualitativo, empleando técnicas como entrevista semiestructurada y análisis de contenido. Para el primer objetivo, se realizó un marco histórico permitiendo demarcar los hechos o etapas por las que ha pasado el objeto de estudio, hasta el presente para saber en qué circunstancias se desarrolla el presente estudio. Más adelante, con el propósito de establecer categorías: se tomaron las palabras que se extraían de la revisión del contenido exhibido en el museo sobre los muisca y las mencionadas por el público participante en las entrevistas, en relación a temas que se deseaba precisar como: la

temporalidad, el tipo de conocimientos sobre el pueblo muisca, las denominaciones o roles designados y las valoraciones emitidas sobre ellos, aunque en el proceso de agrupar términos surgieron otras categorías.

RESULTADOS

Contextualización del pueblo muisca

Figura 1. Marco histórico del pueblo indígena Muisca



Fuente: Elaboración propia

Representaciones sociales muisca en la colección permanente del museo

Tabla 1. Contenidos en el museo

Espacio del Museo	Temas abordados	Valoraciones
Sala 1. El trabajo de los metales	<ul style="list-style-type: none"> - Localización de minas y yacimientos. - Principales materiales empleados. - Técnicas de extracción de los metales - Técnicas de orfebrería - Deterioro con el paso del tiempo - Reparaciones antiguas - Cronología 	Personajes mencionados: - El minero y el orfebre: descritos como personas con conocimientos técnicos y sobrenaturales, especialistas, maestros, respetados, estimados, con destrezas y asociados a los dioses.
Sala 2. La gente y el Oro: en la Colombia prehispánica Sección Muisca	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación - Organización social - Economía - Trabajo orfebre - Creencias y prácticas 	Generalidades de los muisca: Diferentes entre sí, adaptables, especializados, solidarios y trabajaban en equipo.
Sala 3. Cosmología y Simbolismo	<ul style="list-style-type: none"> - Las imágenes del cosmos - La simbología de los caciques - El cuerpo- ropaje y transformación - Plantas del conocimiento - Prácticas y simbolismo de objetos y espacios 	Personajes mencionados: - El cacique (líder político): Capacidades y sensibilidades especiales, descendiente de divinidades, relacionados con seres poderosos como el jaguar.
Sala 4. La ofrenda	<ul style="list-style-type: none"> - Chamanismo - La Balsa Muisca y la leyenda del dorado - Ceremonia de ofrenda 	- El chamán (líder religioso) Guía espiritual, oficiante de las ceremonias, quien transmuta y se comunica con otros niveles del cosmos.

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se describen por salas los temas y las valoraciones encontradas a partir de la revisión de los textos en la exhibición y la guía del museo.

Representaciones sociales muiscas en el público del museo

Tabla 2. Palabras relacionadas con los muiscas y algunos interrogantes

Categorías	Visitantes	Turistas nacionales	Turistas extranjeros
Relación con el pasado	Ancestros, antepasado, primeros residentes, eran los indios, aborigen, cultura que fue, antigüedad, colonia, precolombino	Chibcha, fueron parte de, que vivieron,	Habitaban, antiguo, antepasado, estaban, aborigen, trabajaron, ocupaban, estaban, conquista hispana, historia, Jiménez de Quesada
Denominación/ roles	Indígenas, indios, nativos, personas con raíces, papás de todo esto, abuelos, jefe	Indígenas, tribu, guerreros	Indígenas, pueblo, personas, nativos, indios, tribu, comunidad
Ubicación	En Colombia, de aquí de la región, de la sabana de Bogotá, de la sabana cundiboyacense	Cundinamarca, Centro del país, de aquí cerca de Bogotá	De este país, nativos de América, del centro de Colombia, alrededor de Bogotá, habitaban en Tunja, parte de la región
Cultura	Cultura, orfebrería, creencias, costumbres propias, tradiciones, dialecto, medicina, ceremonia, música	Cultura, agricultura, ritual, arte, música, medicina tradicional, cosmogonía	Cultura, tradición, arte, música, orfebrería, religión, comida, dioses, Bachue, oro, flechas, piezas de oro
Valoraciones	Conocimiento, respeto, inteligencia, sabiduría, maestro, trabajadores, armonía, habilidad, sentido de pertenencia, pobres, olvido	Libertad, riqueza, trabajadores, cuidaban la naturaleza No estudio, analfabetas	Sabiduría, autentico, original, verdadero, honradez, honestidad, libertad, pureza, natural, relación con los recursos, cuidan la naturaleza, pobreza, menospreciado, sin tecnología,
Atributos físicos	_____	Persona bajita, morena, de contextura gruesa	_____
Condiciones para ser indígena	_____	_____	Más puro, descendiente, sigue las costumbres propias y no las españolas, mantiene la cultura de los antepasados
¿El mestizaje			

es motivo para identificarse como indígena?	SI	SI	NO
¿Es importante que el museo informe sobre pueblos indígenas actuales?	SI 95% - NO 5%	SI 100%	SI 92% - NO 3% No responde 5%
¿Le interesa el tema indígena?	SI 90% - NO 10%	SI 86% - NO 14%	SI 95% NO 5%
¿En qué contextos ha escuchado el término muisca?	Colegio/ Universidad	Colegio/ Universidad	El museo o guías de viaje

En la tabla 2, se encuentran las palabras que emplearon los visitantes y turistas del museo para referirse a los muisca, además de las respuestas a ciertos interrogantes que surgieron durante las entrevistas. Es posible observar que las primeras categorías están presentes en los tres grupos, mientras que las siguientes como: atributos físicos solo se manifiesta en los turistas nacionales y la de “condiciones para ser indígena” solo es nombrada por los turistas extranjeros.

CONCLUSIONES

Las alusiones al pasado que expresan los tres tipos de público del museo, no solo se evidencian con términos como: antiguo, antepasado u otros, sino también a través del empleo de verbos en pasado tal es el caso de: habitaban, fueron, vivieron. En lo referente a las denominaciones todos los grupos relacionan a los muiscas con indígenas o indios. Además, se observa que hay ideas muy cercanas a la ubicación de este pueblo indígena aunque no completas o muy precisas en relación con la información que proporciona el museo. Por otro lado, las palabras que aluden aspectos culturales se presentan de forma muy general salvo algunas especificidades como: Bachue que refiere a un mito muisca.

Por otra parte, las valoraciones son en su mayoría positivas e incluso algunos términos proporcionados por el público coinciden con las valoraciones que se extraen de los contenidos del museo como: maestro, respeto, conocimientos, sin embargo, también se hallan evaluaciones negativas como: pobres, menospreciados, sin estudio, entre otros. Seguidamente se observan dos categorías que son: atributos físicos y condiciones para ser indígena que se manifiestan en uno de los tres grupos del público.

En lo referente a los cuatro interrogantes planteados se observa que el público nacional, tanto bogotanos como de otras partes del país consideran que tienen algo indígena por el hecho de ser mestizos, mientras que los extranjeros manifiestan que esa mezcla hace que no se puedan considerar indígenas. La siguiente pregunta respecto a la importancia de recibir información sobre pueblos indígenas actuales de Colombia en el museo, revela que todos los públicos lo consideran relevante con porcentajes superiores al 90% de respuestas afirmativas. Respecto al interés de los públicos por el tema indígena es también alto, manifiesto en un porcentaje superior al 80% que dan si como respuesta y en relación al último interrogante, el sector educativo es el contexto donde el público nacional ha escuchado de los muiscas, mientras que para los turistas es el museo o guías de viaje.

Finalmente, haciendo énfasis en el alto porcentaje del público que participo en el estudio y manifestó interés por el tema indígena e incluso muchos de ellos, afirmaron querer interactuar con comunidades indígenas, para conocerlos y aprender sobre ellos, representa una cuestión que podría estudiarse con más detenimiento, porque puede convertirse en la oportunidad, para plantear propuestas de turismo con grupos indígena, en las que el museo se convierta en un espacio capaz de conectar el público que recibe y

a los grupos indígenas actuales interesados en recibir turistas, brindando información sobre estas iniciativas.

Referencias Bibliográficas

Gutierrez, J. (2010). Los indígenas en la independencia [Versión electrónica]. Credencial de Historia 2010. N° 247.

Herrera, M. (2002). Los indígenas al tiempo de la conquista [Versión electrónica]. Credencial de historia 2002. N° 146.

Pineda, R. (2002). Estado y pueblos indígenas en el siglo XIX. [Versión electrónica]. Credencial de historia 2002. N° 146.

(s.f) Los derechos de los pueblos indígenas y el sistema jurídico colombiano. Consultado el 21 de abril, 2019En: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/5/2152/7.pdf>

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ESPACIOS URBANOS Y RURALES MEDIANTE ACTIVIDADES INNOVADORAS

¹Estudiante. Ana María Castellanos Molano

Resumen

Durante los últimos años el concepto de realizar turismo que había sido asociado con sol y playa ha ido cambiando. Las personas buscan algo innovador que les genere nuevas experiencias y en donde puedan conocer acerca de la historia, cultura, quehaceres y formas de vida que crean la identidad del lugar determinado a visitar, al mismo tiempo que satisface sus necesidades de ocio y de gastronomía. Por otro lado, están las personas que desean tener un acercamiento con la naturaleza para conocer sobre la fauna, flora, actividades para realizar, condiciones de vida de las personas que viven allí e incluso la ganadería y agricultura. Sin embargo, es importante tener en cuenta las problemáticas y los beneficios que se pueden originar a nivel ambiental y socioeconómico que afectan y/o benefician tanto a la comunidad local como el desarrollo normal de la actividad turística, ya que independientemente del tipo de turismo que se realice siempre hay contacto con la comunidad local, esto debido a que el turismo como disciplina además de generar divisas es un canal para interactuar con personas nuevas y obtener un intercambio de conocimientos y culturas sin intención de querer cambiarlas.

Palabras clave: Identidad, problemáticas, beneficios, socioeconómico, actividades.

Abstract

Development of tourism activity in urban and rural spaces through innovative activities

Over the last few years the concept of tourism that had been associated with sun and beach has been changing, people are looking for something innovative to generate new experiences and where they can learn about the history, culture, chores and life forms that create the identity of the place to visit, while satisfying their leisure and gastronomy needs. On the other hand, are the people who want to have an approach with nature because they want to know about the fauna, flora, activities to realize, living conditions of the people who live there and even the cattle farming and agriculture. However, it is important to consider the problems and benefits that can originate at the environmental and socioeconomic level that affect and/or benefit the local community and the normal development of the tourism activity, since independently of the type of tourism that is carried out always will have contact with the local community because this discipline rather than generate currencies is a channel to interact with new people and to obtain an exchange of knowledge and cultures without intention of wanting to change them.

Keywords: Identity, problems, benefits, socioeconomic, activities.

¹ Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Colombia, amcastellanos@unicolmayor.edu.co

INTRODUCCIÓN

La presente investigación trata sobre cómo hacer un turismo innovador, generando a las personas expectativas, experiencias únicas, conocimiento y una manera diferente de usar el tiempo libre de forma individual, en familia o con amigos mientras salen de la vida cotidiana. Mediante el turismo urbano y/o rural se dan diversas tipologías, las cuales se pueden realizar con un bajo presupuesto siendo asequible para todas las personas sin importar su estrato socioeconómico. El turismo siendo una actividad social pone como factor principal a la comunidad local incluyendo su identidad cultural, historia, costumbres, lengua y estilos de vida con el objetivo de respetarlos y conservarlos, al mismo tiempo que se da a conocer a los turistas generando un intercambio de conocimientos. Es importante tener en cuenta los impactos positivos y negativos del ejercicio de la actividad turística, ya sean estos de tipo ambiental, social o económico para lograr una estabilidad y conservación en todos los aspectos ya mencionados. Algunas de las actividades turísticas que se han generado durante los últimos años son rutas históricas-culturales las cuales visitan aquellos lugares emblemáticos que marcaron un hecho o época importante; para los más arriesgados está el turismo de aventura que incluye actividades como paintball, rappel, parapente, entre otras; en algunas ciudades se han creado rutas del graffiti para dar valor al arte urbano, y produciendo una nueva forma de ver la vida cotidiana y el entorno habitual; y existen muchos otros tipos de turismo que pueden ser realizados en Colombia por cualquier persona sin importar la edad, estrato socioeconómico, raza, nacionalidad, etc., siempre y cuando esté dispuesta a obtener conocimientos, interactuar con personas nuevas, respetar las demás culturas, vivir nuevas experiencias y dejar de lado el estrés de la vida diaria.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Debido a la gran cantidad de turistas nacionales e internacionales que viajan con destino a la capital Colombiana se han generado nuevas actividades que benefician a la comunidad local y que al mismo tiempo satisfagan las necesidades de los turistas así como busca dejarle nuevas experiencias, por esta razón es necesario conocer qué actividades se realizan dentro del turismo de aventura en los municipios cercanos a Bogotá y el turismo cultural dentro de la ciudad, también con el fin de identificar el perfil del público que tienen como motivación principal alguna de estas tipologías de turismo. Esta investigación se realiza ya que no se tiene en claro que actividades se desarrollan en los lugares ya mencionados y que son parte del turismo de aventura y el turismo cultural, por lo cual se confunde y se ofrece un mal servicio a las personas que viajan a Bogotá con el objetivo principal de hacer las tipologías antes mencionadas.

OBJETIVO

Dar a conocer las actividades que se desarrollan dentro de las tipologías de turismo cultural y turismo de aventura en la ciudad de Bogotá y algunos municipios cercanos, contribuyendo al ejercicio de un turismo creativo y experiencial

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conocer las actividades innovadoras que se realizan en la ciudad de Bogotá para el desarrollo de la actividad turística cultural.
2. Identificar los municipios cercanos a Bogotá que cuentan con los recursos necesarios para el turismo de aventura, y saber que actividades se realizan.
3. Reconocer/comprender cuales son los impactos tanto positivos como negativos que deja el turismo en la comunidad local.

METODOLOGÍA

En la capital de Colombia la ciudad de Bogotá D.C. es el destino colombiano que más recibe turistas nacionales e internacionales que viajan con distintos fines, bien sea para hacer negocios, cuestiones de salud o por estudio, entre muchas otras razones, sin embargo aunque sean pocos días su estadía sacan parte de su tiempo para realizar alguna ruta o visitar lugares importantes para la historia y cultura de los ciudadanos, convirtiéndose esta actividad turística en un fin secundario por parte de estas personas, y por supuesto también están los visitantes que la principal motivación de estos es conocer y aprender de una nueva cultura, interactuar con las personas locales para que les cuenten experiencias y relatos de vida. Otro tipo de personas viajan con el propósito de salir del estrés que llega a producir la vida cotidiana así que buscan nuevas experiencias en las que puedan sentir adrenalina, a esto se le conoce como turismo de aventura que puede ser realizado en la ciudad o en municipios cercanos, como se describe más adelante.

Turismo Cultural

El turismo cultural se define como aquella razón principal por la que la persona pernocta como mínimo una noche en un lugar fuera de su residencia habitual con la intención de conocer la cultura, tradiciones, costumbres, estilos de vida e incluso aprender sobre la producción de artesanías que conforman la identidad del lugar a visitar. Todos los monumentos y manifestaciones culturales son conservados por el Ministerio de cultura, ya que son protegidos evitando su destrucción, remodelación y pérdida dejándolos como legado para las nuevas y futuras generaciones. En esta tipología se pueden realizar múltiples actividades que se han generado con el paso del tiempo y las nuevas tendencias, algunas de esas actividades que se desarrollan en Bogotá son:

Recorridos guiados: Generalmente se realizan por el centro histórico en bicicleta o caminando en el cual se explica toda la historia que alberga la ciudad, edificios en donde sucedieron hechos trascendentales y la importancia que tiene en la actualidad. Como por ejemplo visitar el barrio La Candelaria que es un lugar lleno de tradiciones bogotanas, en donde se encuentran las bebidas típicas como la chicha y el masato, también se ven cuenteros en algunas plazas los cuales reúnen un grupo de personas para narrar de manera divertida algunos cuentos e historias, y visitar algunos de los primeros lugares fundados en Bogotá como el restaurante La Puerta Falsa que ofrece desayunos, almuerzos y postres típicos de Colombia, esta es una de las mejores maneras para terminar un recorrido cultural por la ciudad Bogotana.

Ruta por el cementerio central: Este recorrido además de ser lugar para llevar a cabo turismo paranormal, también es apropiado para el turismo cultural ya que allí se encuentran las tumbas de personajes que fueron importantes y que en la actualidad son reconocidos y recordados por la gran historia que tuvieron y que marcaron a Colombia. Allí se encuentran las tumbas de algunos ex presidentes colombianos como Francisco de Paula Santander y Gustavo Rojas Pinilla. También están las tumbas de Julio Gavito quien fue científico y astrónomo Bogotano y Gonzalo Jiménez de Quesada fundador de la ciudad. Al realizar este recorrido se relata los hechos que realizaron en vida que marcaron al país y por qué en la actualidad son recordados aportando al conocimiento cultural que desean tener las personas al realizar este recorrido. (Instituto Distrital de Turismo de Bogotá, Ruta Cementerio Central, s.f.)

Visita a museos: Algunos de los museos más representativos de la ciudad son el Museo del Oro en donde se muestra mediante los trabajos hechos en oro las técnicas de minería, manufactura y el uso que le daban los colombianos a este metal durante la antigüedad y cómo lo perciben desde la política y la religión. El museo cuenta con sala de exposiciones temporales en donde se muestra la diversidad y significado patrimonial que alberga el museo, ya que también ofrece otras actividades lúdicas como talleres de acuarela y lectura para los más pequeños, y para los adultos realizan actividades musicales, de lectura y conferencias, entre muchas otras. Se encuentra en las condiciones apropiadas para recibir a cualquier persona que desee visitarlo, incluso cuentan con personas capacitadas para dar recorridos guiados en lenguaje de señas y con la infraestructura necesaria para recibir personas en sillas de ruedas, contribuyendo de esta manera a la inclusión que se debe tener al desarrollar cualquier actividad turística. (Banco de la Republica, Museo del Oro, s.f.) Otro de los museos para visitar es el Museo de Trajes Regionales el cual en la exposición permanente muestra los trajes que identifican cada una de las regiones colombianas y al realizar el recorrido guiado se explica en qué consiste cada uno de los trajes, en qué parte del país y en qué época fueron usados; el museo también cuenta con un piso para exposiciones temporales sobre alguna región en específico o sobre alguna feria y/o fiesta que represente al país. (Museo de Trajes Regionales, s.f.)

Hacer parte de las actividades en bibliotecas: La Biblioteca Nacional además de ofrecer el servicio y espacio para la lectura, desarrollan exposiciones temporales como murales sobre algún escritor o libro, también ofrecen charlas, talleres, homenajes a personajes que marcaron el patrimonio cultural, representaciones musicales en las que destacan su historia e importancia para que sea conservada la cultura musical local y presentan cortometrajes y largometrajes que son relacionados con la cultura Colombiana con el fin de difundirlos y preservarlos. (Biblioteca Nacional de Colombia, s.f.)

Ruta del graffiti: Desde el año 2011 se realiza en Bogotá un recorrido por algunos graffitis de la ciudad que expresan la crítica social, cultural y política de la situación actual a nivel nacional. Durante esta ruta se dan a conocer los tipos de graffiti y el trasfondo que tiene cada uno ya que va más allá de decorar o embellecer la ciudad con aerosol, es una manera de expresarse, de crear cultura, arte y apropiación por las raíces a las que se pertenece. (Bogotá Graffiti Tour, s.f.)

Exposiciones: A lo largo de todo el año se realizan exposiciones de distintos temas, algunas son de fotografía urbana en donde se refleja la vida cotidiana de los bogotanos, pinturas de arte europeo que son expuestas en museos o al aire libre como en plazas o parques, e incluso se exponen esculturas en lugares muy concurridos de la ciudad y que

son atractivo cultura para los locales y turistas. (El Tiempo, Las obras del Museo del Prado que han visto 130 mil personas en Bogotá, 01 de octubre de 2018) (La Bitágora, Fin de semana de arte gratis con ARTBO 2019 en Bogotá, 13 de mayo de 2019)

Cine callejero: En muchos lugares de la ciudad se programan días específicos para colocar pantallas grandes al aire libre en donde se proyectan películas para que cualquier persona que desee asistir, lo haga de manera gratuita y comparta un espacio agradable con amigos y familiares. En días especiales del año como el día de la bicicleta se colocan estas pantallas en lugares centrales para que las personas locales y turistas puedan tomar un descanso de su ruta en bicicleta para disfrutar de un espacio cultural mientras comparten con otras personas.

Todas estas actividades pueden ser realizadas por cualquier persona que quiera obtener conocimiento acerca de los aspectos que conforman la cultura del lugar, que quieran admirar y reconocer la belleza y el arte que tiene el país, que estén dispuestos a compartir con las personas locales para generar intercambio de conocimientos, que conozcan y respeten las tradiciones, las creencias, estilos de vida e ideologías de los locales, y que vivan más de cerca la cultura Colombiana al realizar las actividades antes mencionados comprendiendo la historia, significado e importancia que tienen para la comunidad local. Generalmente este tipo de turismo lo realizan personas jóvenes que son abiertas a entablar conversaciones para aprender y en muchas ocasiones para hacer amigos, sin embargo, las personas más adultas y niños también lo realizan en menor medida con el mismo fin de conocer la cultura colombiana. Éstas actividades como cualquier otra genera impactos tanto positivos como negativos; uno de los impactos negativos es que se genere tanto intercambio de conocimientos que la cultura y tradiciones locales se pierdan, el que se adopten costumbres extranjeras porque les parecen más atractivas o simplemente porque no valoran la cultura propia, para evitar esto es necesario que se realicen otras actividades con la comunidad local para que se identifiquen y valoren la cultura a la que pertenecen, puede ser mediante talleres en donde reconozcan la importancia de conservar sus costumbres e involucrándose en el desarrollo de la actividad turística; y algunos de los impactos positivos para la comunidad es el aumento de los ingresos de esta, mayor demanda de las artesanías como manillas, bolsos, collares, y trabajos con cuarzo, entre otras y dejarles conocimientos acerca de otras culturas sin que los turistas quieran cambiar la cultura local haciendo que los nativos se apropien de sus raíces y deseen conservarlas para darlas a conocer de una mejor manera en la actualidad y dejarlas como legado a las siguientes generaciones.

Turismo de aventura

El turismo de aventura es todo viaje que se realiza con la intención de adquirir nuevas experiencias mediante actividades de exploración y de riesgo ya que las personas desean sentir emociones nuevas para salir del estrés que genera la vida cotidiana, al tiempo que comparten tiempo con amigos y familiares. Este tipo de turismo se puede realizar dentro de la ciudad de Bogotá, ya que ofrece algunas actividades para desarrollar como:

Paintball: En esta actividad se ofrecen distintos escenarios como en lugares cerrados o al aire libre, de suelo plano o montañoso y con diversidad de obstáculos para esconderse del grupo oponente. Mediante esta actividad se viven experiencias nuevas en donde se aprenden valores como el compañerismo, estrategia y el saber ganar o perder.

Parques de diversiones: La ciudad de Bogotá cuenta con dos de estos parques que ofrecen diversidad en sus atracciones para que los turistas vivan experiencias únicas. Uno de estos parques es conocido como 'Salitre Mágico' que ofrece dos montañas rusas, una rueda Samsung desde la cual se puede observar la ciudad, una Supershot de 35 metros de altura, un castillo del terror que está habilitado todos los días y para el mes de octubre realizan festivales con temática de Halloween; otro de los parques se llama 'Mundo Aventura' que cuenta con atracciones como sillas voladoras, el martillo y troncos de agua; ambos parques tienen atracciones infantiles, familiares y otras para adultos pero de bajo impacto.

Si las personas buscan actividades de mayor riesgo se tiene que viajar a municipios rurales muy cercanos a la capital en donde hay gran oferta de este tipo de actividades, algunas de ellas son:

Escalada en roca: Esta actividad se realiza en diversos municipios cercanos a Bogotá como Suesca, Machetá y Choachí, esta actividad consiste en ascender rocas naturales utilizando los brazos y piernas para llegar a la cima, antes de comenzar la actividad se reciben instrucciones para la realización de esta y se dan a conocer las principales medidas de seguridad, se brindan los implementos necesarios como guantes, casco y arnés, siendo estos los principales para evitar cualquier accidente de salud de los participantes. Durante el desarrollo de esta actividad se puede observar el paisaje que lo rodea mientras se relaja y adquiere una nueva experiencia que de seguro nunca olvidará. (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Escalada en Roca, s.f.) (Red Bull, Los 4 destinos de escalada en roca, 22 de julio de 2016)

Rappel: Esta actividad consiste en descender de forma controlada rocas naturales por medio de cuerdas y un arnés para que las personas lleguen a la parte baja, cada persona controla el ritmo al que quiere descender y si en algún momento desea realizar una pequeña parada, mediante esta actividad se obtiene experiencias nuevas y se ayuda a la pérdida de miedos como por ejemplo a las alturas. El rappel puede ser realizado en los municipios de Útica y Tobia principalmente en donde también se puede disfrutar de los demás recursos turísticos que estos lugares albergan. (Rapel.es, ¿Qué es Rapel?, s.f.) (Danna Montanez - Calendario de Colombia, ¿Dónde hacer Rapel en Colombia?, 18 de abril de 2017)

Parapente: Esta actividad puede ser realizada en los municipios de La Calera, Guatavita y Guasca que son muy cercanos a la ciudad de Bogotá y de fácil acceso, esta actividad consiste en sobrevolar un lugar determinado mediante un equipo de seguridad especializado en donde se despega y aterriza con los pies, para el desarrollo de esta actividad es obligatorio que una persona capacitada acompañe a los turistas durante todo el recorrido que es de aproximadamente de 10 a 15 minutos. Es obligatorio que entre los implementos a llevar en el sobrevuelo se cuente con un paracaídas de emergencia, casco, calzado resistente y un variómetro para conocer la velocidad vertical a la que va el turista junto con el instructor, todo esto con el fin de brindar seguridad y una grata experiencia. (Deportes Aéreos, Parapente, s.f.)

Bungee Jumping: También conocido como “puenting” o “puentismo”, es una de las actividades de mayor riesgo ya que la persona se encuentra en una base fija de alta altura que puede ser un puente, plataforma o grúa, y allí es asegurada en la parte de los tobillos y posteriormente realiza un salto al vacío siendo sostenida por una cuerda elástica que

permite amortiguar y rebotar. El salto se puede realizar de dos maneras, la primera es hacia atrás y la segunda hacia adelante, sin importar de qué manera se realice ambas generan nuevas emociones haciendo que la persona sienta adrenalina y salga del estrés. Esta actividad puede llevarse a cabo en municipios cercanos a Bogotá como Chocontá, Choachí y Suesca que además de brindar los espacios apropiados para llevar a cabo actividades de turismo de aventura, también cuenta con atractivos turísticos para ser visitados. (Universidad de Palermo, Bungee Jumping, 02 de febrero de 2012) (El Tiempo, Cinco deportes extremos cerca a Bogotá, 26 de junio de 2013)

El turismo de aventura puede ser realizado por cualquier persona sin importar su origen, nivel de ingresos, género o cultura, la única condición es que los turistas estén dispuestos a llevar a cabo estas actividades de alto riesgo en donde se enfrenten a sus miedos y estén un paso más cerca a vencerlos. Generalmente este tipo de actividades de alto riesgo son realizadas por adolescentes y jóvenes adultos que están dispuestos a arriesgarse en actividades con alto sentido de adrenalina; los niños y los más adultos también pueden ser partícipes sin embargo se deben cumplir con algunos requisitos mínimos como altura, peso, edad y estado de salud. Al realizar esta tipología de turismo las personas viven momentos únicos e inolvidables al igual que experimentan emociones de aventura, adrenalina y sacan el estrés que han guardado debido a la vida cotidiana. Así como se generan beneficios para los turistas también se generan para la comunidad local al tener mayores ingresos económicos para de esta manera poder cubrir sus necesidades básicas y un poco más para realizar diversas actividades de esparcimiento y ocio, sin embargo, para la realización de estas actividades el factor principal son los recursos naturales que se pueden ver afectados si no se tiene un adecuado uso de estos e incluso si no se cuenta con una medida de prevención para los posibles impactos ambientales negativos que la actividad turística puede generar, como deterioro del suelo, extinción de fauna y flora, contaminación en el agua y pérdida del hábitat haciendo que el entorno pierda su belleza natural y no sea atractivo para los turistas ni se puedan realizar las actividades, de igual manera la comunidad receptora también se ve afectada al perder los recursos naturales con los que antes contaban y al no obtener ingresos por parte de los turistas. De lo contrario si los operadores turísticos realizan un plan de acción frente a estos impactos la actividad turística de aventura se puede desarrollar sin inconveniente ya que los beneficios serán mayores y todas las partes tanto turistas como comunidad local satisfacen sus necesidades de recreación.

CONCLUSIONES

El turismo más que realizar viajes a lugares fuera de la residencia habitual tiene como finalidad generar conocimientos acerca de la cultura, tradiciones, historia y formas de vida del lugar que se visita, así como también hacer que los turistas adquieran nuevas experiencias al ser parte de todas las actividades que se pueden llevar a cabo tanto en espacios urbanos como rurales. Para el caso de Colombia específicamente en su capital, Bogotá D.C. se ofrece gran diversidad de actividades culturales y de aventura para llevar a cabo dentro de la ciudad o en municipios cercanos que son de fácil acceso, haciendo más amena la estadía del turista en la ciudad. Cada una de las actividades mencionadas anteriormente pueden ser realizadas por cualquier persona ya que la actividad turística no impone límites de ninguna índole, al contrario, busca unir más a las personas con sus seres

queridos y que salgan de su zona de confort al socializar con personas de distintas culturas y al desarrollar actividades que muy probablemente no han realizado antes y que de seguro no podrán olvidar. Sin embargo, es importante tener en cuenta los impactos positivos y negativos que se generan en los espacios en los cuales se llevan a cabo estas actividades, para de esta manera planificar el desarrollo de la actividad turística tratando de minimizar los impactos negativos ambientales, socioculturales y económicos al tiempo que se satisfacen las necesidades y deseos de los turistas que visitan Bogotá con el fin de obtener nuevos conocimientos y experiencias.

BIBLIOGRAFÍA

Instituto Distrital de Turismo de Bogotá, Ruta Cementerio Central, s.f. Obtenido de http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/rutas/Portafolios/Portafolio_Cementerio%20Central.pdf

Banco de la Republica, Museo del Oro, s.f. Obtenido de <http://www.banrepcultural.org/bogota/museo-del-oro/programe-su-visita>

Museo de Trajes Regionales, s.f. Obtenido de <https://www.museodetrajeregionales.com/>

Biblioteca Nacional de Colombia, s.f. Obtenido de <http://bibliotecanacional.gov.co/es-co>

Bogotá Graffiti Tour, s.f. Obtenido de <http://bogotagraffiti.com/>

El Tiempo, Las obras del Museo del Prado que han visto 130 mil personas en Bogotá, 01 de octubre de 2018. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/cultura/arte-y-teatro/obras-del-museo-del-prado-expuestas-en-el-parque-de-la-93-274158>

La Bitágora, Fin de semana de arte gratis con ARTBO 2019 en Bogotá, 13 de mayo de 2019. Obtenido de <https://labitagora.com/fin-de-semana-de-arte-gratis-con-artbo-2019-en-bogota/>

Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Escalada en Roca, s.f. Obtenido de <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/recreacion/escalada-en-roca>

Red Bull, Los 4 destinos de escalada en roca, 22 de julio de 2016. Obtenido de <https://www.redbull.com/co-es/los-4-destinos-de-escalada-en-roca>

Rapel.es, ¿Qué es Rapel?, s.f. Obtenido de <https://www.rapel.es/que-es-el-rapel.html>

Danna Montanez - Calendario de Colombia, ¿Dónde hacer Rapel en Colombia?, 18 de abril de 2017. Obtenido de <https://noticias.calendariodecolombia.com/turismo/donde-hacer-rappel-en-colombia>

Deportes Aéreos, Parapente, s.f. Obtenido de <http://deportesaereos.info/Parapente.html>

Universidad de Palermo, Bungee Jumping, 02 de febrero de 2012. Obtenido de <https://www.palermo.edu/deportes/noticias/el-bungee-jumping.html>

El Tiempo, Cinco deportes extremos cerca a Bogotá, 26 de junio de 2013. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12897096>

PUEBLOS MÁGICOS, TURISMO Y EMPRESAS LOCALES¹

Dra. Karla Susana Barrón Arreola²
Dra. Michelle Taxis Flores³
Dr. Luis Ramón Moreno Moreno⁴

Resumen

El turismo como sector de actividad económica, tiene efectos positivos en la generación de ingresos y empleo, además de que se plantea como una estrategia de combate a la pobreza en regiones rezagadas. En México, desde los distintos ámbitos de gobierno, el fomento al turismo ha sido una prioridad, y se promociona ante la sociedad como motor de desarrollo económico. En ese marco, el “Programa Pueblos Mágicos” (PPM) es una estrategia de política gubernamental, que busca ser un distintivo de lo nacional, con el objetivo principal de lograr el desarrollo local a partir de la actividad turística y las actividades que comprende, mediante las cuales se obtengan mayores niveles de bienestar en la población, mantener y acrecentar el empleo e incentivar y hacer rentable la inversión. Partiendo de la información obtenida de empresas localizadas en Pueblos Mágicos en tres estados de México (Baja California, Guanajuato y Puebla), se analiza la generación de empleo y beneficios para las empresas y/o trabajadores desde su nombramiento como parte del PPM. Los resultados preliminares muestran que las empresas siguen las tendencias nacionales con relación a problemáticas y que el nombramiento no ha modificado la cantidad/calidad del empleo generado.

Palabras clave: *Pueblos Mágicos, empresas, empleo.*

¹ Documento derivado del Proyecto Conacyt – Ciencia Básica 2015-258565.

² Unidad Académica de Economía: Universidad Autónoma de Nayarit, México. kbarron@uan.edu.mx

³ Facultad de Economía: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. michelle.taxis@correo.buap.mx

⁴ Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Autónoma de Baja California, México. lmoreno@uabc.edu.mx

MAGIC TOWNS, TURISM AND LOCAL ENTERPRISES⁵

Dra. Karla Susana Barrón Arreola⁶
Dra. Michelle Taxis Flores⁷
Dr. Luis Ramón Moreno Moreno⁸

Tourism, as a sector of economic activity, has positive effects on generation of income and employment, as well as being a strategy to combat poverty in lagging regions. In Mexico, from the different spheres of government, the promotion of tourism has been a priority, and is promoted before society as an engine of economic development. In this framework, the "Programa Pueblos Mágicos" (PPM) is a government policy strategy, which seeks to be a distinctive of the national, with the main objective of achieving local development based on tourism activity and the activities it comprises. through which higher levels of well-being are obtained in the population, maintain and increase employment and encourage and make profitable the investment. Based on the information obtained from companies located in Magical Towns in three states of Mexico (Baja California, Guanajuato and Puebla), the generation of employment and benefits for companies and / or workers since their appointment as part of the PPM is analyzed. Preliminary results show that companies follow national trends in relation to problems and that the appointment has not changed the quantity / quality of the employment generated.

Key Words Magic Towns, enterprises, employment

⁵ Documento derivado del Proyecto Conacyt – Ciencia Básica 2015-258565.

⁶ Unidad Académica de Economía: Universidad Autónoma de Nayarit, México. kbarron@uan.edu.mx

⁷ Facultad de Economía Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. michelle.taxis@correo.buap.mx

⁸ Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Autónoma de Baja California, México. lmoreno@uabc.edu.mx

PUEBLOS MÁGICOS, TURISMO Y EMPRESAS LOCALES⁹

Dra. Karla Susana Barrón Arreola¹⁰
Dra. Michelle Taxis Flores¹¹
Dr. Luis Ramón Moreno Moreno¹²

1. PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS.

El Programa Pueblos Mágicos (PPM), se establece en el año 2001 como política gubernamental a nivel federal, a través de la Secretaría de Turismo (SECTUR); esta estrategia se considera como un modelo de promoción turística, cuyo objetivo principal es el de elevar la calidad de vida de los habitantes de pequeñas localidades receptoras de turismo, que les permita aprovechar la singularidad de los distintos lugares que reciben el distintivo “Pueblo Mágico” (SECTUR, 2001). Asimismo, se establece que el PPM representa alternativas para visitantes nacionales y extranjeros, mediante la revalorización de un conjunto de poblaciones que han estado en el imaginario colectivo de la nación de manera conjunta (SECTUR, 2016).

Desde su creación, el Programa Pueblos Mágicos ha tenido modificaciones, entre las que se encuentran cambios en los lineamientos para la incorporación y evaluación, así como en el número de comunidades que contempla esta estrategia (Nuñez y Sabaté, 2016).

Tabla 1: Evolución del Programa Pueblos Mágicos, 2001-2015.

Periodo	Poblaciones	Entidades	Características
2001-2011	48	28	Hidalgo, Jalisco, Estado de México, Michoacán y Querétaro cuentan con entre tres y cuatro pueblos.
2011-2013	83	31	Coahuila, Hidalgo, Jalisco, Estado de México, Michoacán, Puebla, Querétaro y Zacatecas tienen entre 4 y 8 pueblos.
2014-2015	111	31	Chiapas, Coahuila, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco, Estado de México, Michoacán, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Sinaloa, Veracruz, Zacatecas tienen de 4 a 9 pueblos
2018	121	31	Coahuila, Durango, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco, Nayarit, Querétaro, San Luis Potosí, Nuevo León y Zacatecas.

Fuente: Elaboración propia con base en Nuñez y Sabaté (2016) y Sectur (2018).

Entre 2012 y 2018 en el (PPM), la postulación y aprobación de localidades creció un 33%, repunte considerable si se toma en cuenta que hace una década los requisitos de

⁹ Documento derivado del Proyecto Conacyt – Ciencia Básica 2015-258565.

¹⁰ Unidad Académica de Economía: Universidad Autónoma de Nayarit, México: kbarron@uan.edu.mx

¹¹ Facultad de Economía: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México: michelle.taxis@correo.buap.mx

¹² Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Autónoma de Baja California, México. lmoreno@uabc.edu.mx

incorporación al programa eran la mitad de los necesarios actualmente (Bellota, 2017), en este sentido Rodríguez et al (2018) dan cuenta del número de pueblos incorporados en cada evaluación del PPM, dónde se incorporan más de la mitad de las comunidades que actualmente ostentan el nombramiento (63 de 111). En la última evaluación, cuyos resultados fueron dados a conocer a finales de 2018, se incorporaron 10 nuevos Pueblos Mágicos.

En el mismo tenor Hernández (2017) establece que el PPM tuvo éxito en localidades prácticamente desconocidas, que contaban con el potencial para constituirse en destinos turísticos a nivel nacional en un primer momento y después, a nivel internacional; es decir, las primeras comunidades en resultar beneficiadas eran aquellas que contaban con tradición como destinos turísticos.

Tabla 2: Cronología de Pueblos Mágicos.

Año	No. Pueblos	Distribución Anual	Año	No. Pueblos	Distribución Anual
2001	2	1.65%	2009	1	0.83%
2002	8	6.61%	2010	5	4.13%
2003	2	1.65%	2011	11	9.09%
2004	2	1.65%	2012	35	28.93%
2005	6	4.96%	2015	28	23.14%
2006	6	4.96%	2018	10	8.26%
2007	5	4.13%	Total general	121	100.00%

Fuente: Rodríguez et al (2018) y Sector (2018).

2. TURISMO Y DESARROLLO EN PUEBLOS MÁGICOS.

El PPM ha sido de interés reciente en la agenda académica, en la literatura reciente se encuentran análisis que tratan de evaluar los impactos que el distintivo de Pueblos Mágicos ha traído tanto en términos de calidad de vida de la población, manejos de recursos naturales, e infraestructura. Desde un análisis costo-beneficio es claro que el programa tiene implicaciones sociales, económicas y territoriales, que puede beneficiar a un determinado sector y trasladando los costos sociales y ambientales a los pueblos mágicos (Pérez-Ramírez y Antolín-Espinosa, 2016).

En este sentido, Ruiz, Esquivel y Alvarado (2016) documentan el caso de Tepoztlán, Morelos nombrado Pueblo Mágico en 2002, las condiciones de vida de los habitantes del municipio no han presentado cambios, asimismo, se han mantenido las condiciones de carencias en la vida de los habitantes; el único “beneficio” que se ha registrado de acuerdo con los autores, es el de las calles pavimentadas, repello y pintura de fachadas en las principales avenidas. A raíz de la denominación, el sector comercial y de servicios ha resultado relevante, sin embargo, no se ha traducido en una mejora salarial de los habitantes; además de registrarse un incremento de precios de los productos básicos en la localidad.

Por su parte, Martínez (2013) en su trabajo sobre la ciudad de Álamos, Sonora, argumenta que para que el PPM cumpla con el objetivo de incentivar el desarrollo local, los beneficios y mejoras tendrían que extenderse al resto de la ciudad y municipio.

encuentra que mediante el Programa Pueblos Mágicos se han realizado inversiones a nivel local, no obstante, estas solo se han ejercido en el Centro Histórico.

El caso de Zacatlán de las Manzanas, Puebla, desde antes de la incorporación de la comunidad al PPM, ya era un destino relevante para los turistas nacionales e internacionales; a raíz de su incorporación se encuentran visiones polarizadas acerca de los efectos: por una parte, los empresarios y funcionarios que han hecho del turismo una actividad relevante en la comunidad, y por el otro lado, el resto de la población que permanece como espectadora de los cambios que se llevan a cabo (Figueroa y López, 2017).

En Comala, Colima, a partir de su nombramiento en 2002, experimenta un aumento de la oferta y afluencia turística, poniendo en relieve que previo a ello no existían opciones de hospedaje en la localidad; Covarrubias, Vargas y Rodríguez (2010), realizan un análisis de percepción con la población, encontrando que el 57.0% expresa que el turismo impacta positivamente en la generación de empleos.

Duarte (2015), para Cuitzeo, Michoacán, incorporado en 2004, encuentra que a fin de lograr el nombramiento se realizaron acciones de estetización, limpieza y seguridad para el turista, dejando de lado a los habitantes locales, traduciéndose en un imaginario impuesto en el que las tradiciones y formas de vivir tuvieron que ser modificadas, haciendo que la población local se sintiera ajena a su pueblo.

Hernández (2017), incorpora pueblos mágicos de los estados de Guerrero y Quintana Roo, analizando del grado de rezago social y de marginación en la región sur del país, y documenta que la política turística, así como las líneas de acción y la instrumentación del PPM no son eficaces en la mejora de las condiciones de vida de las poblaciones, debido a que no observa una reducción de la desigualdad social en la región, sino que más bien, resulta únicamente en un atractivo e imán para personas de otros países; asimismo, encuentra que la derrama económica no necesariamente se distribuye de manera regional o territorial.

Recientemente Gauna (2019) realiza un análisis socio-económico de los Pueblos Mágicos del estado de Jalisco, encuentra que existe una estructura y por lo tanto dinámica económica diferenciada en cada uno de ellos; el PPM ha provocado presiones y preocupación en torno al uso sustentable de recursos, asociados al crecimiento turístico.

Los distintos trabajos que se documentan, representan análisis de Pueblos Mágicos con más antigüedad, comparados con los que se analizan en el presente trabajo, y en ese sentido, consideramos que los resultados que se presentan más adelante, permitirán documentar si los propietarios de las unidades económicas asentadas en estas localidades perciben un cambio a raíz de la incorporación de sus comunidades a este programa; de la misma forma, con este análisis será posible identificar si el nombramiento ha tenido efectos en la creación de empleo, así como también, si se han experimentado mejoras en las condiciones laborales y de ingreso para la población local.

2.1 ¿Algo más que cerveza y pan? Tecate, Baja California

Tecate se incorpora al PPM en el año 2012, corresponde a uno de los cinco municipios del estado de Baja California; este es un pueblo rodeado de montañas y acantilados de piedra, que colinda al sur con el municipio de Ensenada, al este con el municipio de Mexicali, al oeste con el municipio de Tijuana y al norte con el condado de San Diego, Estados Unidos. Sus principales atractivos son la Cervecería Tecate, la Ruta del Vino y la Rumorosa (SECTUR, 2016b)¹³.

Figura 1. Ubicación de Tecate, Baja California.



Fuente: Secretaría de Turismo (2016b).

Cabe mencionar que durante el periodo del 1 de octubre de 2017 al 31 de julio de 2018, Tecate tuvo un total de 270 mil visitantes, una ocupación hotelera del 70% y recibió más de 2 mil 300 millones de pesos de derrama económica (Gobierno de Baja California, 2018). Evidentemente, estos valores contrastan con los indicadores de las otras dos comunidades analizadas.

2.2 A Jalpa de Cánovas, Guanajuato, a desconectarnos del mundo

Esta localidad se incorpora al Programa Pueblos Mágicos en el año 2012. Es una comunidad que colinda al noroeste con San Francisco del Rincón y León, Guanajuato y al sur con la localidad de Manuel Doblado, en el mismo estado. Entre los principales atractivos destacan construcciones locales como la iglesia del Señor de la Misericordia, la Presa de Santa Eduvigis y el Parque Cañada de los Negros.

Treviño, Heald y Guerrero (2015), documentan que Jalpa de Cánovas es un pueblo pequeño que colinda con el estado de Jalisco. Su atractivo es principalmente rural y se encuentra beneficiado al estar cerca de las orillas del Río Turbio y la Presa de Jalpa. Cuenta con bosques, prados, una ex hacienda en condición habitable (en manos privadas) y arquitectura histórica que incluye una iglesia de estilo gótico, acueductos y trojes. Así mismo, resalta información del Observatorio Turístico de Guanajuato (OTEG, 2013) que señala que cuenta con dos eventos y festivales que aún no tienen perfil

¹³ Cabe indicar que la denominación de Pueblo Mágico no corresponde a todo el municipio, sino a un área específica dentro de la delegación Tecate, conocida como “centro histórico”, dicha área se encuentra identificada y delimitada por la construcción de arcos de ladrillo. Específicamente, se trata de una zona comercial.

turístico y está en una ruta turística de reciente creación (Ruta Cristera); destacan una ciudadanía participativa y en gran medida entregada al proyecto de Pueblo Mágico, sin embargo, no cuenta con una cultura o experiencia turística por el momento.

El OTEG (2017) generó el perfil del visitante a Jalpa de Cánovas, y encontró que el 91.0% correspondía a excursionistas y el 9.0% restante eran turistas; siendo el 82.0% de origen estatal, 14.0% nacional y sólo el 4.0% internacional; los ingresos mensuales promedio de estos visitantes en el 51% de los casos se encontraba en el rango de \$4,300 a \$14,999, en tanto que el gasto realizado durante la visita en promedio para visitantes ascendió a \$640.11.

Figura 2. Localización de Jalpa de Cánovas, Guanajuato



Fuente: Secretaría de Turismo (2016c).

2.3 Cholula, Puebla, Arte indígena y modernidad

Este Pueblo Mágico, se incorpora al programa en 2012, se considera que una de las localidades más antiguas de América (500 a.C.), que concentra elementos patrimoniales tangibles e intangibles que conviven y coexisten; así mismo una de las características principales es el número de iglesias que ahí se encuentran.

De acuerdo con la Agenda de Competitividad de los Destinos Turísticos de México (2014), se establece que Cholula Pueblo Mágico es el único nombramiento compartido por dos municipios con el fin de preservar y conservar el patrimonio histórico de la localidad.

Figura 3. Localización de Cholula, Puebla



Fuente: Turismo, Puebla.

En relación con el número de turistas que visitan el estado de Puebla, la Secretaría de Cultura y Turismo del Estado (2019), señala que en 2018 lo hicieron 6 millones 240 mil turistas, dejando una derrama económica de 14 mil 779 millones de pesos. En estas cifras el PPM de Cholula atrajo 686,580 turistas, generando una derrama de 594 millones 241 mil pesos, manteniendo una ocupación promedio en el destino del 49.61%; con estos datos Cholula se situó como el Pueblo Mágico con mayor derrama y afluencia en el estado. Los turistas que visitan Cholula por lo general tienen una estancia promedio de 1.5 días.

3. METODOLOGÍA

Para estudiar las características empresariales y de empleo en los Pueblos Mágicos analizados, se utilizó un cuestionario como instrumento de recolección de datos, con base en el cuestionario básico de INEGI, proporcionado en la metodología del Censo Económico realizado en 2014; se aplicó a empresas enmarcadas en la oferta turística de Tecate, Baja California; Jalpa de Cánovas, Guanajuato y Cholula, Puebla de acuerdo con las ramas de actividad características y conexas consideradas en la Cuenta Satélite del Turismo de México. En el instrumento se consideran aspectos referidos a: i) características generales de la empresa; ii) la operación de la empresa (horas laborables, ingresos); iii) vínculos entre la empresa y la sociedad; iv) personal ocupado y trabajo familiar y v) el impacto de pueblos mágicos.

El cálculo de la muestra se realizó tomando en cuenta el número de unidades económicas señalado por DENU (2016) para cada una de las comunidades bajo estudio, y con base en ello, se obtuvo una muestra estratificada con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de ± 5 ; cabe señalar que el levantamiento fue diferenciado en tiempo entre las localidades, quedando como sigue: Jalpa de Cánovas, Guanajuato en junio de 2018 y en Tecate, Baja California, en julio de 2018, en tanto que Cholula, Puebla fue realizado entre abril y mayo de 2019.

Este trabajo es de carácter descriptivo por lo que los principales hallazgos encontrados con la aplicación de un cuestionario en los pueblos mágicos seleccionados, más relacionados con el turismo urbano en el caso de Tecate y Cholula y rural en el caso de Jalpa de Cánovas.

Tabla 3. Unidades económicas y tamaño muestral en Pueblos Mágicos seleccionados

Nombre del Pueblo Mágico	Total Unidades Económicas	Tamaño Muestral	Unidades Encuestadas
Jalpa de Cánovas, Guanajuato	30	28	19
Tecate, Baja California	702	134	119
Cholula, Puebla	4531	638	627

Fuente: Elaboración propia.

4. RESULTADOS.

Se observa que el grueso de las unidades económicas inicia operaciones en el periodo 2000-2016; Jalpa de Cánovas (68.4%), Tecate (68.9%) y Cholula (73.5%). En términos de la actividad principal, la mayor parte de las organizaciones en Jalpa se concentra en abarrotes y minisúper (26.3%), mientras que en Tecate y Cholula, se encuentran en la rama de restaurantes y cafetería con un 37.0% y 25.0% respectivamente.

En las tres comunidades, las unidades económicas corresponden a establecimientos fijos en aproximadamente el 90%, asimismo, se encuentran registradas -para efectos legales-, como personas morales en el 90% en Jalpa de Cánovas; cerca del 80% en Tecate y Cholula. Cabe mencionar que de acuerdo con las respuestas de los entrevistados, la mayor parte de las organizaciones analizadas se encuentran registradas ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT).

Tabla 4. Características generales de las Unidades Económicas entrevistadas en los Pueblos Mágicos analizados

Característica		Jalpa de Canovas Tecate Cholula		
		Porcentaje		
Tipología	Fija	94.7	86.6	87.5
	Semifija	5.3	8.4	8.4
	Actividad Económica dentro de la vivienda	--	4.2	4.1
Razón Social	Persona física	89.5	79.8	88.6
	Sociedad o asociación	10.5	19.3	7.0
	Persona Moral	--	0.8	4.3
	Franquicia	--	--	--
Actividad Principal	Otro	42.1	26.9	43.2
	Abarrotes, mini súper	26.3	15.1	15.9
	Restaurante, cafetería	15.8	37.0	25
	Museos	10.5	0.8	5.9
	Farmacias	5.3	5.0	2.3

	Hotel, motel, hospedaje	--	0.8	1.2
	Bar, Cantina	--	7.6	5.2
	Agencia de Viajes	--	--	--
	Transporte	--	2.5	0.9
	Servicios médicos	--	4.2	--
Inicio de Operaciones	≤ 2000	15.8	19.4	12.0
	2001-2010	42.1	29.4	29.4
	2011-2016	26.3	39.5	47.6
	2017	15.8	11.8	11.0

Fuente: Elaboración propia.

La literatura sobre microempresas plantea que la mayor parte de las organizaciones en las localidades analizadas son resultado de la necesidad de sus propietarios de llevar a cabo un emprendimiento o de autoemplearse. En ese sentido, este indicador presenta un valor cercano al 80% en los tres pueblos, sin embargo, el dato más bajo se presenta en Cholula con el (72%) cuyo contrapeso se presenta en la herencia familiar o expansión del negocio. El origen del financiamiento en todos los casos es local o regional en valores cercanos al 98%.

En lo que concierne a los clientes principales en Jalpa de Cánovas y Tecate, los clientes mayormente son locales: 84.2% y 86.9%; en Cholula, los clientes locales son también mayoría, sin embargo, es donde más importancia tienen turistas nacionales y extranjeros, que de manera conjunta representan cerca del 38%; esto último podría estar directamente relacionado con la antigüedad y tamaño de la localidad (Tabla 5).

En relación indicadores laborales asociados a las unidades económicas encuestadas en cada una de las localidades, las empresas de Jalpa de Cánovas corresponden a organizaciones de uno a dos empleados lo que se refleja en los bajos niveles de ingreso mensual que reportan, mismo caso sucede en Cholula, en tanto que en Tecate, los valores de ingresos documentan organizaciones medianas que obtienen ingresos promedio superiores a los \$150,000¹⁴.

Tabla 5. Características generales de las Unidades Económicas entrevistadas en los Pueblos Mágicos analizados

		Jalpa de Canovas	Tecate	Cholula
Característica		Porcentaje		
Motivo	Emprendimiento, autoempleo	78.9	81.5	71.7
	Herencia familiar	10.5	3.4	12.4
	Expansión de capital	5.3	10.1	12.1
	Asociación	5.3	4.2	1.2
	Otro	--	0.8	2.3
Origen del Capital	Local	94.7	86.6	88.0
	Nacional	5.3	10.9	9.7
	Extranjera	--	2.5	1.4
Cuántas horas labora	Más de 8 horas	73.7	68.9	58.3

¹⁴ El número de empleados promedio por empresa en Tecate es de 9.4 personas.

normalmente	8 horas	15.8	26.9	37.9
	Menos de 8 horas	10.5	4.2	3.6
Cliente principal	Habitantes locales	84.2	86.9	61.2
	Turistas Nacionales y Extranjeros	10.5	--	0.3
	Turistas nacionales	5.3	1	30.9
	Turistas extranjeros	--	12.1	7.6

Fuente: Elaboración propia.

En términos del salario promedio mensual, los empleados en Tecate perciben un ingreso superior a lo que percibe un trabajador en Jalpa de Cánovas o Cholula; un dato interesante, resalta qué en Tecate existe una mayor proporción de trabajadores que cuentan con seguridad social.

Tabla 6. Aspectos laborales de las Unidades Económicas encuestadas en Pueblos Mágicos.

	Jalpa de Canovas	Tecate	Cholula
Ingreso promedio mensual organización	\$16,667	\$154,411.80	\$24,189.40
Empleados totales	49	1129	2157
Empleados con seguro médico	4.1%	72.8%	19.8%
Salario promedio mensual	\$1,141.5	\$5,785.2	\$1,017.5
Salario mínimo mensual	\$500	\$800.00	\$100.00
Salario máximo mensual	\$1,800	\$14,000	\$10,000

Fuente: Elaboración propia.

La percepción sobre las modificaciones realizadas al interior de la organización empresarial como resultado del distintivo de Pueblos Mágicos, aparece en la tabla 7. En ese sentido, en las tres comunidades analizadas poco más de la mitad de las organizaciones no considera que se haya realizado algún cambio operacional como resultado del nombramiento de Pueblo Mágico.

Siguiendo con los indicadores de las organizaciones que respondieron favorablemente a la pregunta si habían registrado un cambio operacional como resultado de convertirse en Pueblos Mágicos, de acuerdo con los encuestados, con la denominación de Pueblos Mágicos no ha sido necesario un mayor grado educativo en los empleados.

En Tecate y Jalpa de Cánovas, la categorización como Pueblo Mágico, no ha modificado la plantilla laboral en las organizaciones, de la misma manera que tampoco ha implicado un aumento salarial para los trabajadores contratados, contrario a lo que se encuentra en Cholula.

Cuadro 6. Impacto de la denominación de Pueblos Mágicos (%).

	Jalpa	Tecate	Cholula
--	-------	--------	---------

Cambios en Operación	Si	47.1	38.3	44.0
	No	52.9	59.2	56.0
Plantilla Laboral	No	57.9	95.4	83.09
	Si	42.1	4.6	16.9
Mayor contratación	Menos personal	14.3	95.2	44.8
	Igual	85.7	4.8	46.57
	Más Personal	--	--	8.6
Requisito Idioma	No	100.0	85.1	83.2
	Si	--	14.9	16.8

Fuente: Elaboración Propia

5. CONCLUSIONES.

Partiendo de los datos analizados, no se documenta un beneficio positivo de la incorporación de las comunidades dentro de la denominación de Pueblos Mágicos, desde la perspectiva empresarial. Si bien es cierto que más 40% de las organizaciones argumentan cambios operacionales a partir de recibir el distintivo de Pueblo Mágico, de igual forma, los indicadores obtenidos no permiten documentar que la denominación de Pueblos Mágicos tenga un efecto importante en el empleo o en la remuneración que reciben los trabajadores en las organizaciones entrevistadas. Habría qué agregar además, que esta estrategia no ha implicado una mayor cualificación de los empleados debido a que no se percibe una mayor demanda en trabajadores con educación media superior y con el dominio de un segundo idioma.

Las características de las empresas turísticas en los destinos seleccionados coinciden con las tendencias nacionales en el resto de los sectores económicos; en ese sentido, los datos encontrados permiten documentar que las organizaciones surgen como una necesidad de autoempleo, el tamaño promedio corresponde a microempresas, y se encuentra, la presencia de trabajo familiar, independientemente del origen del capital.

La percepción de los encargados de los establecimientos, nos permite señalar qué las empresas consideran que la existencia de cambios a raíz del nombramiento, son sólo evidentes en cuanto al número de visitantes, sin embargo, ello no se ha reflejado en un aumento en la cantidad de empleados o un mejoramiento de las condiciones laborales e ingresos para los trabajadores, coincidiendo con los análisis realizados en otras localidades (Hernández, 2017 y Pérez-Ramírez y Antolín-Espinosa, 2016).

Esta primera aproximación a las características de las empresas y el efecto de pertenencia en el programa, surge de la necesidad de conocer el impacto de un programa con 18 años de vida (Valadez y López, 2018) en relación a la derrama económica y la generación de empleo en el terreno local, ya que en las fuentes de información oficial esta se encuentra aún ausente.

REFERENCIAS

- Bellota, L (2017). Programa de pueblos mágicos: valorización turística de la cultura. Centro de estudios sociales y de opinión pública. Cámara de diputados.
- Covarrubias, R., Vargas A, y Rodríguez, I. (2010). Satisfacción de residentes con el desarrollo de la actividad turística en los pueblos mágicos de México: Un indicador de competitividad. Casos de Colama en Colima y de Real de Asientos en Aguascaliente *Gest- tur*, N° 14. 33 - 54
- Duarte, E. (2015). Cuitzeo, Michoacán. La desapropiación social del patrimonio y espacio público. En López, L., Valverde, C., Fernández, A. y Figueroa, M. (2015). Pueblos Mágicos. Una visión interdisciplinaria. 159-
- Figueroa, M., y López, L (2017). Desarrollo, turismo y marketing territorial: el caso de Zacatlán, Puebla. *Especialidades. Revista de temas contemporáneos sobre lugares, política y cultura*. 7 (1), 37-64.
- Gauna, C. (2019). Análisis sociodemográfico, económico y turístico de los pueblos mágicos de Jalisco. *El periplo sustentable*. 36, 34-66.
- Gobierno de Baja California (2018). 5 Informe de gobierno. En línea: <http://www.bajacalifornia.gob.mx/5toInformeBC/>
- Hernández, O. (2017): "¿Turismo como herramienta para el desarrollo social y regional en México? El Programa Pueblos Mágicos, hijo pródigo de la contradicción del discurso", *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 23 (diciembre / dezembro 2017).
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2016). *DENUE*.
- Martínez, C. (2013). Pueblos mágicos y nuevas ruralidades. El caso de Álamos, Sonora. *Diálogos Latinoamericanos*, 21, 31-45.
- Núñez, G., y Sabaté, J. (2016). Los pueblos mágicos de México: mecanismo de la SECTUR para poner en valor el territorio. *VIII Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo, Barcelona-Balneário Camboriú, Junio*.
- Observatorio Turístico de Guanajuato (2017). Perfil de Visitante a jalpa de Cánovas. http://www.observatorioturistico.org/cenDoc/f119b-Perfil-Jalpa-2017_OT.pdf
- Pérez-Ramírez, C. y Antolín-Espinosa, D. (2016). Programa pueblos mágicos y desarrollo local: actores, dimensiones y perspectivas en El Oro, México. *Estudios Sociales* 47 217-243
- Rodríguez, I, Pulido, J., Vargas A. y Shaadi, R. (2018). Dinámica relacional en los pueblos mágicos de México. Estudio de las implicaciones de la política turística a partir del análisis de redes. *Turismo y Sociedad*. 22, 84-104.
- Ruíz, C., Esquivel, M., y Alvarado C. (2016). El programa pueblos mágicos en Tepoztlán: Del desarrollo a la regionalización. 21 encuentro nacional sobre desarrollo regional en México. Mérida, Yucatán 15 al 18 de noviembre de 2016. Amecider- ITM
- Secretaría de Turismo, (2001). *Pueblos Mágicos. Reglas de Operación*. México, Secretaria de Turismo Federal.
- Secretaría de Turismo (2016). *Programa pueblos mágicos*.
- Secretaría de Turismo (2016b). *Tecate, Baja California*.
- Secretaría de Turismo (2016c). *Jalpa, Guanajuato*.
- Secretaría de Turismo (2016d). *Cholula, Puebla*.
- Secretaría de Turismo (2014). Indicadores de competitividad y sustentabilidad de los pueblos mágicos. Tecate, Jalpa de Cánovas y Cholula.

- Secretaría de Turismo (2018). *Sectur da a conocer 10 nuevos pueblos mágicos al inaugurar su 5.a Feria Nacional*. Recuperado de <https://www.gob.mx/sectur/prensa/sectur-federal-da-a-conocer-10-nuevos-pueblos-magicos-al-inaugurar-su-quinta-feria-nacional?idiom=es>
- Treviño, E.; Heald, J. Guerrero, R. (2015). Un modelo del gasto con factores sociodemográficos y de hábitos de viaje en Pueblos Mágicos del Estado de Guanajuato, México. *Investigaciones Turísticas*, [S.l.], n. 10, p. 117-149, dic. 2015. ISSN 2174-5609.
- Valadez, R. y López, J. (2018-11-05). Sector turismo, sin datos sobre el éxito de Pueblos Mágicos. Milenio.

MODELO DE INTERVENCION INTEGRAL PARA EL MEJORAMIENTO COMPETITIVO DE EMPRENDIMIENTOS DE TURISMO RURAL: CASO HUALAIHUÉ - COCHAMÓ

Mtr. Marcel Sorhaburu A.¹
Ldo. María Rebolledo J.²

Resumen

La inserción del Turismo Rural en Chile significó una inmensa transformación social para muchas familias campesinas que pasaron de la producción de bienes primarios a elaborar un intangible cuya oferta implica mayores niveles de complejidad. A pesar que las primeras experiencias surgen espontáneamente a inicios de la década de 1980, sólo en la segunda mitad de los 90 comienza un proceso de desarrollo más estructurado y es en este período que el turismo rural pasa a convertirse en objeto de políticas públicas, recibiendo apoyo de instituciones gubernamentales con programas de financiamiento, asistencia técnica, capacitación y otras modalidades de fomento productivo. Este proceso ha sido capaz de generar una oferta relativamente organizada en todo el territorio nacional, por lo cual los desafíos futuros difieren notablemente de los énfasis que se dieron en décadas anteriores, debiéndose orientar los esfuerzos hacia la consolidación más bien que a la creación de nuevos emprendimientos. La consolidación implica, además de la formalización de establecimientos, la incorporación de una serie de capacidades que permitan a los emprendedores competir y desarrollarse en un mercado complejo, exigente y dinámico, para lo cual se ha elaborado un modelo de intervención integral para el mejoramiento competitivo de iniciativas de turismo rural.

Palabras Clave: Turismo Rural; Competitividad; Emprendimientos; Mejoramiento

Abstract

The insertion of Rural Tourism in Chile meant an immense social transformation for many peasant families who went from the production of primary goods to an intangible product whose offer implies higher levels of complexity. Although the first experiences arise spontaneously in the early 1980s, only in the second half of the 90's does a more structured development process begin and it is during this period that rural tourism becomes the object of public policies, receiving support from government institutions with financing programs, technical assistance, training and other forms of productive

¹ Unidad de Proyectos Campus Pucón, Universidad de La Frontera, Chile. marcel.sorhaburu@ufrontera.cl

² Unidad de Proyectos Campus Pucón, Universidad de La Frontera, Chile. maria.rebolledo@ufrontera.cl

development. This process has been able to generate a relatively organized offer throughout the national territory, so future challenges differ markedly from the emphasis given in previous decades, and efforts to consolidate rather than create new ones ventures. The consolidation implies, in addition to the formalization of establishments, the incorporation of a series of capacities that allow entrepreneurs to compete and develop in a complex, demanding and dynamic market, for which a comprehensive intervention model for competitive improvement has been developed of rural tourism initiatives.

Keywords: Rural Tourism; Competitiveness; Entrepreneurships; Improvement

1. INTRODUCCIÓN

“La casa de campo, las viejas casas transformadas en residencias secundarias en las aldeas francesas, las dachas en los alrededores de Moscú testimonian el mismo esfuerzo espontáneo de compensación. Prisionero de un ambiente artificial, creado por la técnica, el habitante de la ciudad busca fuera de ella la soledad, el contacto con la naturaleza o las relaciones sociales menos anónimas, menos falsamente personalizadas que en las fábricas o en las oficinas”.

Raymond Aron

Los seres humanos son compulsados a fugarse de la vida alienante de todos los días, generada por la concentración urbana, para retornar a un ritmo de vida natural, para reencontrar el contacto con la naturaleza y la ruralidad que la ciudad les ha arrebatado. De este modo ellos pueden compensar, al menos en parte y en forma transitoria, aquellas exigencias físicas y espirituales que el acelerado ritmo cotidiano les ha vuelto inaccesibles.

En el período de tiempo libre utilizado para el descanso, el hombre y sobre todo el ciudadano, tenderá obligatoriamente a buscar aquellos elementos que le faltan en su cotidianeidad y que lo empujan a la práctica de formas de turismo asociadas a la naturaleza y a estructuras sociales y productivas que no encuentra en su medio. La vida en las ciudades hace necesaria la búsqueda de espacios abiertos, poco o nada masificados, con una atmósfera limpia y en los que sea posible desarrollar ciertas actividades al aire libre (García, 1996).

Esta oposición o contraste, entre dos estilos de vida es connatural al turismo y no podrá jamás eliminarse por mucho que se avance sobre la vía del mejoramiento de la calidad de

vida urbana o de una menor alienación del individuo en su trabajo o en su estatus de ciudadano.

En este contexto, el turismo rural nace como una respuesta al irreversible proceso de urbanización que, desde la Revolución Industrial, se ha ido produciendo en la mayoría de los países, reportando graves desequilibrios, de orden físico y mental en los seres humanos. Es en esta exigencia vital de evasión donde deben buscarse las motivaciones del turismo rural, y sobre esta base generar los satisfactores que permitan a las personas retornar a ambientes naturales y a ritmos de vida, trabajo y socialización acordes a su naturaleza. En consecuencia, la familia campesina que ofrece servicios de turismo rural debe estar consciente de este requerimiento vital del visitante a objeto de estructurar su oferta de manera atrayente, incorporando estándares de calidad, pero sin perder los valores esenciales del mundo rural que constituyen su mayor atractor.

El desarrollo del turismo en el medio rural se orienta por un lado desde el interés del mercado por la diversificación y crecimiento del sector y, por otro lado, desde las aspiraciones de desarrollo de las propias comunidades campesinas que pretenden asumir un papel protagónico en el aprovechamiento turístico de su patrimonio (Pérez, 2012), motivo por el cual se propone un modelo integral de intervención para el desarrollo del turismo rural.

2. OBJETIVO

En Chile, las primeras experiencias surgen espontánea y aisladamente a inicios de los años 80 del siglo pasado, pero recién en la segunda mitad de los 90 comienza un proceso de desarrollo con un mayor nivel de estructuración. Es precisamente en este último período que el turismo rural pasa a constituirse en objeto de políticas públicas. Se potencia como estrategia de desarrollo considerando que el potencial turístico del medio rural no exige tener atractivos naturales extraordinarios, sino que debe poseer aspectos culturales bien desarrollados, como arquitectura apreciable, gastronomía propia y costumbres autóctonas, así como brindar al oferente la posibilidad de crear interrelación con otras actividades económicas y productivas como la elaboración de alimentos caseros, restaurantes de comida típica, venta de artesanía, entre otros (Verardi, 2001). Por tal motivo, diversas instituciones gubernamentales establecen programas que brindan financiamiento, asistencia técnica, capacitación, y estudios, en síntesis, fomentan la actividad. Es en ese marco que el Instituto de Desarrollo Agropecuario, INDAP, comienza a adecuar su oferta de programas, transformando los esfuerzos en el desarrollo de la producción, que tendían a reproducir una agricultura tradicional sin mayores horizontes.

Esta adecuación favorece la modernización y la visión de empresa de las unidades productivas, el logro de la competitividad y la inserción de la pequeña agricultura en diversos mercados. Además, el turismo rural ofrece la ventaja de poderse realizar durante todo el año, ya que no depende tanto del clima, como le ocurre a los llamados turismo de playa o turismo de nieve (García, 1996).

El Programa Nacional de Turismo Rural (PNTR) se crea en 1995, aun cuando su operación se inicia al año siguiente. Constatando la existencia de un potencial no utilizado -localidades rurales que poseen atractivos turísticos, incremento de la demanda turística de naturaleza e intereses especiales- INDAP previó que su desarrollo permitiría generar una nueva alternativa de ingresos para las familias campesinas, plenamente compatible con la producción agropecuaria. Al no existir una experiencia previa de los pequeños productores en esta actividad y, por lo tanto, no habiendo demanda por ese tipo de apoyos, el PNTR debió abocarse inicialmente a la promoción y difusión de la actividad, primero en el ámbito de los operadores técnicos y después hacia los propios productores. Se trata, en consecuencia, del típico caso de una actividad inducida desde la oferta, en este caso por la acción pública. La labor de promover y desarrollar una actividad culturalmente “exógena” a las comunidades atendidas por INDAP, dado que se trata de un servicio y no de una actividad de producción, tiene su especificidad: requiere de una gran persistencia y de una provisión prolongada de asesorías (técnicas y financieras), hasta poder alcanzar una etapa de sostenibilidad económica de la actividad; donde el aumento de la demanda turística de calidad, contribuya a diversificar una economía local que en muchos casos, poco se aleja de la economía tradicional vinculada al sector agrario y, en consecuencia, provoca un desarrollo endógeno, sostenido y equilibrado (García, 1996).

De acuerdo a la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), en el año 1999 se habían contabilizado alrededor de un centenar de proyectos nacionales de agroturismo o de turismo rural, con características y grados de desarrollo diversos (Faiguenbaum, 2001). Tan sólo 10 años después, el Catastro Nacional de Turismo Rural, encargado por INDAP al Instituto de Turismo (ITUR) de la UFRO, registró 1.053 iniciativas en el territorio nacional, de las cuales 919 se encontraban en etapa de funcionamiento y la mayor parte del 13% restante comenzaría a trabajar dentro de un horizonte de 2 años como máximo. Menos del 1% se encontraban en etapa de obsolescencia, es decir emprendimientos que en algún momento ofrecieron servicios de turismo, pero dejaron de hacerlo. Una primera mirada sobre las cifras absolutas indicó que el esfuerzo realizado en todos esos años había traído resultados concretos ya que en sólo 10 años se observó un crecimiento de la oferta del orden del 1.000%.

En la actualidad el turismo rural es una realidad en todo el territorio nacional, lo que ha significado una inmensa transformación social en un gran número de familias campesinas, las cuales pasaron de la producción de bienes primarios a elaborar uno de los intangibles que implica mayores niveles de complejidad en su producción: El Turismo.

No obstante esta nueva forma de producción, este tránsito entre la elaboración de bienes primarios y la producción de intangibles como son los productos turísticos, implica fuertes adaptaciones que las familias campesinas deben asumir de manera rápida y eficiente si quieren competir con éxito en el exigente mercado turístico, razón por la cual se quiso colaborar sistematizando el conjunto de conocimientos, competencias y habilidades que se requieren y que a menudo se plantean de manera inorgánica e incompleta en los programas de capacitación para los emprendedores de turismo rural.

Este proceso, a pesar de haber sido inducido desde el exterior, lo cual es sinónimo de fracaso en la mayoría de los casos, ha sido capaz de crear una oferta más o menos consolidada en todo el territorio nacional, por lo cual los desafíos a futuro difieren notablemente de los énfasis que se dieron en etapas precedentes, debiéndose orientar los esfuerzos hacia la consolidación más que a la creación de nuevas ofertas. El conocimiento de los recursos que se poseen, las características de la demanda a la que van dirigidos, la formación profesional de personas que, en muchos casos, se dedicaban a otras actividades y el respeto por la cultura y el medio ambiente de cada espacio, se presentan como piezas clave a tener en cuenta para conseguir el desarrollo deseado del turismo rural (García, 1996).

3. METODOLOGÍA

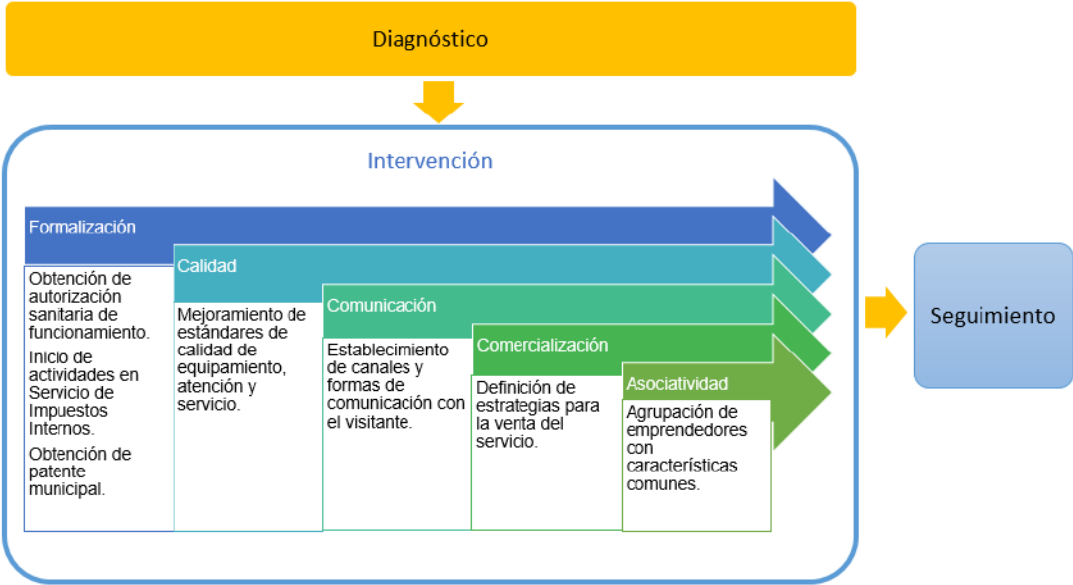
El turismo en espacio rural reconoce tres modalidades: turismo de habitaciones, que consiste en el aprovechamiento de casas antiguas con reconocido valor arquitectónico; turismo rural, que consiste en aprovechamiento de casas rústicas con las características propias del medio rural donde se inserte, y agroturismo, que consiste en utilización de casas de habitación de cualquier tipo de los antes mencionados integradas en explotaciones agrícolas (Martínez y Solsona, 2000). Para cualquiera de los casos, el cumplimiento de estándares básicos permite la transformación de la vivienda rural en un producto turístico atractivo para el visitante.

Para el modelo de intervención, se propone la focalización de los esfuerzos para lograr la consolidación de la oferta de turismo rural, es decir, la mantención definitiva y estable de esa oferta en el tiempo, a través de la formalización, el mejoramiento de los estándares de calidad, la comunicación, la comercialización y el fomento de la asociatividad entre las iniciativas.

Como se muestra en la figura 1, el proceso comienza con un diagnóstico, donde se analiza el territorio, haciendo un análisis estratégico de las potencialidades turísticas, con

el objetivo de realizar una valoración de los recursos turísticos y demostrar la viabilidad de un modelo de turismo rural en la zona (Cienfuegos, 2012). Posteriormente, en la etapa de intervención se recomienda comenzar con los trámites de formalización, que en algunos casos son lentos y requieren de mayor inversión. Una vez identificados los requerimientos y concentrados los esfuerzos de la formalización, se sugiere mejorar aspectos de calidad, tanto en el equipamiento como en el servicio, para hacer el negocio competitivo de acuerdo al tipo de servicio ofrecido. Luego se recomienda establecer los canales y formas de comunicación entre el prestador del servicio y el visitante, se debe adecuar la forma de comunicación para generar una adecuada relación entre las partes. Posteriormente se debe establecer una estrategia de comercialización del servicio, y finalmente se sugiere la formación de redes o agrupaciones de turismo rural para la comercialización de productos, la solicitud de apoyos técnicos y la creación de destinos o fijación de estándares para el desarrollo del turismo rural en el territorio.

Figura 1: Modelo de intervención para el mejoramiento competitivo de emprendimientos de turismo rural



Fuente: Elaboración propia.

La formalización contempla acciones concretas orientadas al mejoramiento de la estructura receptiva para el cumplimiento normativo, es decir, obras de construcción y renovación de la planta de turismo rural, compuesta por casas, cabañas, camping, senderos, miradores, portales y todas las obras físicas necesarias para producir los servicios turísticos. Es importante considerar en este punto las obras sanitarias que constituyen la primera barrera para lograr la formalización. Las viviendas campesinas se caracterizan por implementar soluciones prácticas a sus necesidades, por ejemplo, el agua para consumo humano proviene de fuentes naturales que se han mantenido por generaciones, como vertientes, pozos y riachuelos; cuando existe calefacción a leña, el agua caliente sanitaria proviene de la misma fuente de calor; las aguas servidas son depositadas en pozos neutralizados con cal, y las construcciones han sufrido modificaciones conforme el crecimiento de la familia o directamente para la atención de turistas, mediante la ampliación de habitaciones y/o incorporación de baños. Sin embargo, la regularización de dichas medidas generalmente no se encuentra actualizada, por lo que constituye la primera barrera para la obtención de autorizaciones de funcionamiento.

La diferencia cultural entre la zona rural y urbana es, en muchos casos, evidente, costumbres comunes en el medio rural como la utilización de los residuos orgánicos para compostaje o alimentación animal, la utilización de abono de origen animal en los cultivos, la faena de animales de granja para la alimentación familiar y la reutilización de la calefacción para obtención de agua caliente sanitaria, contribuyen a la mantención de la sustentabilidad de la economía familiar y constituyen un atractivo para los visitantes. El mejoramiento de la calidad está en gran medida determinada por la capacidad de los emprendedores para alcanzar altos estándares de servicios, por lo cual, se hace necesario capacitar en diversas áreas a las familias campesinas. Este punto cobra especial relevancia al considerar que, en muchos casos, por motivos culturales o educacionales, las prácticas que son normales en zonas rurales, no tienen la misma aceptación en otras zonas. El desafío es: altos estándares de servicios manteniendo la cultura rural. Dicho desafío comprende desde la mantención de los estándares higiénicos hasta la atención al cliente. Un claro ejemplo de la diferencia cultural es la relación de los campesinos con sus animales, es frecuente ver mascotas en áreas de preparación de alimentos y aves de corral en zonas de descanso, con las consecuencias higiénicas que eso implica, lo cual podría generar molestias para los visitantes y/o multas ante la autoridad sanitaria. Otro ejemplo es la reacción de los campesinos ante los insectos y roedores, dependiendo de la temporada, es frecuente ver moscas en áreas de preparación y consumo de alimentos, así como arañas en áreas de descanso o roedores en sectores como bodegas y cobertizos, sin perturbar la tranquilidad de los prestadores de servicios turísticos rurales, sin embargo, para los visitantes no es común encontrar ese tipo de condiciones en un servicio de alojamiento o alimentación.

La comunicación es importante en todas las instancias de relación con el visitante, en zonas rurales, especialmente en zonas aisladas es frecuente encontrarse con indicaciones que dependen del conocimiento previo del área, que es asumido como lógico por los campesinos, pero no así por los visitantes, generando la necesidad de comunicar adecuadamente la forma de acceso hacia la iniciativa turística, así como la instalación de vías de señalización. Por otro lado, la comunicación es fundamental para el adecuado desarrollo del servicio, especialmente cuando éste está en vías de consolidación y aún existen brechas que mejorar.

El punto de inflexión para todo el proceso lo determina la capacidad de llegar con sus productos a los consumidores, se hace necesario incorporar técnicas de comercialización del producto turístico, que dista del modelo de comercialización de productos agrícolas, y donde el marketing y promoción juegan un papel importante en la consolidación de la iniciativa. El grado de lejanía con los centros emisores de turistas puede perjudicar a las zonas más extremas, generando un atraso en su desarrollo como negocio turístico, pero se convierte en una fortaleza al analizar el nivel de originalidad y conservación de los recursos naturales y culturales.

Aunque los habitantes de los espacios rurales son dueños de sus medios de producción, requieren participar en organizaciones que les permitan acceder a capacitación que eleve la competitividad de sus servicios y facilite el desarrollo de destinos colectivos por medio de programas de mercadeo y promociones conjuntas que reduzcan la inversión (Morera, 2006) motivo por el cual es necesario fortalecer la asociatividad para la formación de redes o cooperativas de turismo rural.

Una vez concluida la intervención, se sugiere implementar medidas de seguimiento de las actuaciones puestas en marcha, para la adopción de decisiones en base a la situación de cada zona y la realización de análisis comparativos en el tiempo y en el espacio (Pérez et al., 2009)

4. CASO COCHAMÓ-HUALAIHUÉ

Los siguientes datos describen los resultados del diagnóstico del turismo rural realizado por la Unidad de Proyectos del Campus Pucón de la Universidad de la Frontera, en marzo de 2018, en las comunas de Cochamó y Hualaihué previo a la intervención con el modelo propuesto.

Las comunas de Cochamó y Hualaihué forman parte de Patagonia Verde, uno de los 5 destinos establecidos en la Política de Regional de Turismo de la Región de Los Lagos 2015, donde las empresas que desarrollan las actividades incluidas en el sector turismo representan el 12,53% del total de empresas de la región y donde se cuenta con 2.381 prestadores de servicios turísticos registrados en SERNATUR a marzo de 2018, de los cuales 74 cuentan con sello Q de calidad y 22 con sello S de sustentabilidad. Sin embargo, en las comunas de interés se concentra sólo el 3,4% de los prestadores de servicios turísticos de la región registrados en SERNATUR, y sólo 5 cuentan con sello Q, de calidad.

El conjunto de prestadores de servicios de turismo rural asesorados para su consolidación corresponde a 44 usuarios, de los cuales el 68% cuenta con iniciación de actividades, de los cuales tan sólo el 30% cuenta con patente municipal y sólo el 9% se encuentra registrado en SERNATUR.

Respecto al nivel de desarrollo de las iniciativas el 47% de los emprendimientos se encuentra en un nivel técnico incipiente, lo cual quiere decir que la oferta turística es informal, no cuenta con experiencia acreditable en materia de atención a pasajeros y relaciones públicas, no ha recibido capacitación formal en turismo rural ni cuenta con formalización tributaria y/o patente comercial al día, entre otros. El 44% se encuentra en el nivel técnico desarrollado, es decir que tienen el negocio definido y en funcionamiento, acreditan capacitación básica en turismo y/o tienen inicio de actividades, pero no están formalizados. Solamente el 9% se encuentra en un nivel técnico consolidado, lo cual quiere decir, que cuenta con una oferta turística rural posicionada en el destino turístico, con formalización tributaria, patente comercial en trámite y autorizaciones sanitarias o específicas aplicables, además de aparecer registrados en SERNATUR, entre otros.

Entre los diferentes tipos de servicios y experiencias turísticas rurales que se pueden encontrar en el territorio, el 70% de las iniciativas corresponden a servicios de alojamiento, en muchos casos complementados con servicios de alimentación como desayunos campestres, asados al palo, entre otros. El 11% corresponde a servicios de guiado, 14% a experiencias de turismo aventura, como cabalgatas y paseos náuticos y un 5% de servicios de alimentación que ofrecen alojamiento (hosterías).

Respecto a las condiciones básicas para el desarrollo del turismo, cabe destacar que la cobertura de los sistemas de agua potable rural en el territorio no supera el 30% de los emprendimientos, por lo que el 61% de éstos se abastece sólo con sistemas particulares, como pozos, norias y cuerpos de agua superficiales. En relación al suministro de electricidad, el 64% se abastece mediante una empresa distribuidora y el 18% utiliza algún sistema combinado de generación, en tanto el 3% utiliza generadores en base a

combustibles fósiles. La forma de acceso a los emprendimientos es por camino asfaltado sólo en el 7% de los casos, en el 70% de los casos mediante camino de ripio, en el 16% de los casos mediante sendero y en el 7% de los casos mediante embarcación. Sólo el 64% cuenta con locomoción pública cercana.

En materia de promoción sólo el 20% cuenta con página web, producto de asesorías anteriores, y el 100% de las ventas se realiza sin intermediarios, siendo utilizadas, en algunos casos, las reservas por teléfono. En cuanto a la asociatividad, el 89% de los usuarios participa de alguna agrupación, sin embargo, éstas constituyen en su mayoría juntas de vecinos y comités de agua potable.

Para la implementación del modelo se estableció un plazo de 24 meses, el cual se encuentra en ejecución y cuyos resultados no han sido publicados.

5. CONCLUSIONES

El modelo de intervención integral propuesto para la consolidación de las iniciativas de turismo rural constituye una guía metodológica para la implementación de planes y programas de fomento productivo del turismo rural; expone la necesidad de considerar todas las fases del desarrollo de la iniciativa turística para la facilitación de su consolidación en el mercado turístico competitivo que caracteriza las zonas con alto potencial turístico. Con esto, se podría involucrar a las comunidades locales en actividades productivas realistas y competitivas orientadas al mercado nacional e internacional, favoreciendo más allá de intervenciones asistencialistas, diseñadas contra demanda por parte de los actores locales, intervenciones planificadas orientadas a proveer los eslabones pendientes de la cadena de valor local, asegurando una visión de mercado, capaz de transformar las ventajas comparativas del territorio en ventajas competitivas del negocio turístico local, como lo requiere un clúster turístico integrado.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Alcocer, M. (1998). Informe de avance, Elaboración plan de marketing para el programa de desarrollo agro turístico en comunas pre cordilleranas de la región de La Araucanía.
- Cienfuegos, C. (2012). Una propuesta de acción para el desarrollo del turismo rural en la provincia de Sullana: diagnóstico y planeamiento estratégico. Proyecto cultural de pregrado en Historia y Gestión Cultural. Universidad de Piura. Facultad de Ciencias y Humanidades. Especialidad en Historia y Gestión Cultural. Piura, Perú.

- Cuesta, J. (1996). El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria. *Estudios turísticos*, 132, 45-60.
- Faiguenbaum, S. (2001). "El Programa de Turismo Rural de INDAP. Un caso de empleo e ingresos rurales no agrícolas inducidos por políticas públicas", RIMISP Chile.
- Instituto Nacional de Desarrollo Agropecuario, (2008). Catastro de Turismo Rural en Chile.
- Instituto Nacional de Desarrollo Agropecuario, (2018). Diagnóstico Sectorial de Turismo Rural Comunas Cochamó – Hualaihué. Chile.
- Morera, C. (2006). Realidad del turismo rural en Costa Rica. *Ambientico*, 150, 4-8.
- Martínez, F. & Solsona, J. (2000). Alojamiento turístico rural. Madrid: Síntesis.
- Pérez, C., Zizumbo, L., Moterroso, N., Madrigal, D. (2012). Marco metodológico para el estudio del turismo rural. Perspectiva de análisis desde la comunidad. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(2), 436-460.
- Pérez, V., Blancas, F., González, M. Guerrero, F., Lozano, M., Pérez, F. & Caballero, R., (2009): "Evaluación de la sostenibilidad del turismo rural mediante indicadores sintéticos", *Revista de Investigación Operacional*, 30, 40-51.
- Verardi, M. (2001). Turismo rural y el empleo rural no agrícola. El caso de la ruta colonial de Dos Irmaos, Rio Grande do Sul.

IMPACTOS DEL TURISMO RURAL EN EL DESARROLLO LOCAL: UNA VALORACIÓN EN LA ISLA DE LA PALMA BAJO LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Dra. Ana María Morales Hernández¹
Dr. Carlos Fernández Hernández²

Resumen

El turismo rural ha sido una actividad con un destacado papel en la dinamización del medio rural contribuyendo a su diversificación y plurifuncionalidad. Los modos en que es entendido y desarrollada su implantación en el territorio no es común a todos los lugares, dependiendo de los objetivos, las características de la población, los recursos y la infraestructura y equipamientos con que cada uno cuenta.

Los diversos impactos positivos que ocasiona son frecuentemente expuestos en la planificación turística como aspectos relevantes a considerar y a menudo son la justificación principal de los desarrollos pretendidos. Sin embargo, también deben ser considerados los impactos negativos que tal actividad trae consigo y el modo de gestión que contribuya a minorarlos.

El presente trabajo aborda los impactos económicos y socioculturales que el turismo rural genera en el desarrollo local de los territorios en el que se asienta, teniendo en cuenta la distinta percepción de mujeres y hombres. El trabajo consiste en la revisión de la literatura específica, a fin de observar la naturaleza de los impactos, identificarlos y diferenciar entre los positivos y los negativos. Un trabajo empírico contextualizado en la isla de La Palma (Islas Canarias – España), evalúa los impactos económicos y socioculturales que el turismo rural ha tenido en el destino, donde se ha comparado la opinión diferenciada por género de las personas promotoras de turismo rural. Como resultado principal no se aprecian valoraciones diferentes por razón de género sobre los impactos que el turismo rural ocasiona, siendo solo la evaluación de la contribución que tiene para evitar el éxodo rural el que marca una diferencia entre mujeres y hombres promotores del turismo rural.

Palabras clave: Turismo rural, desarrollo local, impactos, género, La Palma.

Abstract

Rural tourism has been an activity with an important role in the dynamization of the rural areas, contributing to deepen its diversification and multifunctionality. The ways in which its implementation in the territory is understood and developed is not common to all places, depending on the objectives, resources, infrastructure and equipment that each of them have.

1 Programa de Doctorado Desarrollo Regional, Formación y Empleo, Universidad de La Laguna, España.
ana.morales.hdez@gmail.com.

2 Departamento de Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos, Universidad de La Laguna, España. cferher@ull.es.

The various positive impacts that rural tourism causes are often exposed in tourism planning as relevant aspects to consider and are often the main justification for the intended developments. However, the negative impacts that such activity brings with it and the way of management that contributes to reducing them should also be considered.

This work addresses the economic and socio-cultural impacts that rural tourism generates in the local development of the territories in which it is based, taking into account the different perception of women and men. The work consists of reviewing the specific literature, in order to observe the nature of the impacts, identify them and differentiate them between the positives and the negatives. A contextualized empirical work on the island of La Palma (Canary Islands – Spain), assesses the economic and sociocultural impacts that rural tourism has had on the destination, where the differentiated opinion by gender of rural tourism promoters has been compared. As a main result, different valuations due to gender are not appreciated on the impacts that rural tourism causes, being only the evaluation of the contribution that has to avoid the rural exodus which makes a difference between women and men promoters of tourism rural.

Keywords: Rural tourism, local development, tourism impacts, gender, La Palma.

1. INTRODUCCIÓN

El mundo rural se puede caracterizar, particularmente, por la fuerte simbiosis entre los factores naturales y culturales, determinado por un medio físico que ha obligado a buscar los medios de adaptación y supervivencia de sus sociedades. Los cambios en la relación de estos factores dan como resultado una nueva ruralidad, o el “neorruralismo” (Palafox Muñoz et al., 2015), donde el espacio rural se concibe como un territorio multifuncional y donde el turismo rural es una pieza clave de desarrollo y de diversificación productiva.

Seguindo a Vázquez Barquero (1988), entendemos el desarrollo local como un proceso de crecimiento económico y cambio estructural que conduce a la mejora del nivel de vida de la población local. Aquí, las políticas territoriales han de favorecer la creación de un entorno económico local propicio para impulsar el desarrollo del potencial endógeno. El medio rural dispone intrínsecamente de este potencial a través de una matriz de recursos ambientales y socioculturales que sirven de soporte para el impulso del turismo rural.

Bajo la concepción de un desarrollo sostenible que apuesta por la protección ambiental y el fortalecimiento de las culturas locales, la creación de propuestas genuinas de servicios turísticos viables en lo económico, se desarrolla con carácter general el turismo rural. Se entiende aquí el turismo rural como “la oferta de actividades recreativas, alojamiento y servicios afines, situada en ambientes rurales, en contacto con la naturaleza y sus gentes” (Valdés Peláez, 2004, p. 299). Así, el turismo rural ha contribuido al impulso de la reestructuración económica y social de las zonas rurales con impactos de diversa índole. Una característica de esta actividad ha sido la capacidad de impulsar la participación laboral de las mujeres, a la par que ha amortiguado la tendencia al éxodo rural, fomentando la dinamización sociocultural del propio medio.

En efecto, a través de la oferta de turismo rural, las mujeres se han podido beneficiar del

acceso a una posibilidad de empleo, así como a una fuente de ingresos que contribuya a mejorar su nivel de vida y el de sus familias (Caballé Rivera, 2000; García-Ramón, Cánoves, Salamaña, Valdovinos y Villamarino, 1995; Kiper, Ozdemir & Basaran, 2011), permitiendo su acceso a la esfera pública y visibilizando la identidad de las mujeres en los entornos rurales (Ohe, 2007). Una proyección que, además, propicia a las mujeres, a través del turismo rural, una oportunidad para abrir sus horizontes al establecer contacto con personas de diferentes culturas y modos de pensar (Iakovidou, 2002).

Al abordar los impactos turísticos la literatura muestra un consenso sobre los tres tipos de impacto a considerar. De esta forma, destacan los efectos económicos, socioculturales y ambientales (Andereck & Vogt, 2000; Mathieson y Wall, 1990; Sanagustín Fons, Moseñe Fierro & Gómez y Patiño, 2011) como los focos para evaluar la actividad, útil en el turismo rural. En este trabajo son las personas promotoras de turismo rural quienes realizan esta evaluación y se circunscribe a los efectos económicos y socioculturales, siendo el propósito analizar diferenciadamente las opiniones de mujeres y hombres al objeto de extraer conclusiones que permitan identificar líneas de acción de política pública coherentes con las diferencias evidenciadas.

2. LOS IMPACTOS DEL TURISMO RURAL EN EL ÁMBITO LOCAL

En numerosas sociedades, el turismo rural se ha convertido en uno de los sectores con mayor presencia en las estrategias de desarrollo local, siendo los emprendimientos de alojamientos turísticos una de sus señas de identidad (Fernández Hernández, 2008). El turismo rural es un factor de relevancia en el desarrollo de las comunidades rurales, contribuyendo a la sostenibilidad de los territorios e integrándose en un conjunto de medidas más amplias de fomento del desarrollo local (Aranda, Combariza y Parrado, 2009; Palafox Muñoz, Collantes Chávez y Zizumbo Villarreal, 2011; Salas, 2011).

A nivel económico, el turismo contribuye al crecimiento económico a través del aumento del empleo, las rentas y la inversión, mejorando la capacidad adquisitiva de los individuos y aportando un impacto positivo sobre el Producto Interior Bruto (PIB) (Neves, Fernandes & Pereira, 2015). Esto sucede a través del aumento del número de establecimientos de alojamiento y pernoctaciones en los mismos, servicios de hostelería y transportes que dan respuesta a la demanda del destino turístico. Asimismo, la actividad turística permite obtener beneficios económicos indirectos a partir de las economías de alcance, relacionando la actividad turística con la comercialización de otros productos y servicios de marca local (Ohe & Kurihara, 2013). Con respecto al ámbito sociocultural, el turismo favorece la fijación de la población al territorio y mejora la calidad de sus infraestructuras y servicios (Vujko & Gajić, 2014), como medio para atender las exigencias y necesidades de los turistas. Además, el turismo posibilita mayores oportunidades de entretenimiento y recreo en las comunidades de acogida. En síntesis, el carácter multidimensional de la actividad apuesta por un turismo rural integrado, que promueva la sostenibilidad económica, social y ambiental como medio de contribución al desarrollo rural.

2.1. Impactos económicos del turismo rural

Cabe distinguir que los impactos económicos del turismo pueden ser directos, obtenidos a partir de las empresas que suministran bienes y servicios a los visitantes, o indirectos o “multiplicadores”, los cuales se producen a medida que la actividad de las empresas turísticas impulsan el desarrollo de otras empresas del sistema económico (INE, 2002). Ambos son relevantes en el volumen de producción y la generación de empleo. Se constata que el turismo rural ha favorecido no solo la reducción de la dependencia del sector primario de las comunidades rurales, sino, también, la estimulación del crecimiento de otros sectores económicos, a partir de la creación de otras pequeñas y medianas empresas que generan puestos de trabajo y favorecen la redistribución de rentas (Aranda et al., 2009; Millán Vázquez de la Torre, López-Guzmán Guzmán y Agudo Gutiérrez, 2006). Asimismo, el desarrollo del turismo rural en fincas dedicadas también a la agricultura favorece la optimización de los recursos de la empresa familiar, a través del uso más eficiente de la mano de obra y la mayor facilidad de comercialización de los productos agrícolas, entre otros (Fleischer & Tchetchik, 2005). En esta modalidad, la capacidad de trabajo ha sido aportada a través de los miembros del conjunto familiar, en particular por las mujeres, con un bajo número de demandas de personal externo.

Tabla 1. Resumen de los impactos económicos derivados del turismo rural

IMPACTOS ECONÓMICOS	
POSITIVOS	NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> - Generación de empleo, directo e indirecto. - Mejora de la capacidad adquisitiva y de las condiciones de vida de la población local. - Diversificación de las rentas, favoreciendo la menor dependencia de la población local del sector primario. - Desarrollo concatenado de otros sectores productivos relacionados con el turismo, facilitando la creación de pequeñas empresas con servicios complementarios en el territorio. - Eficiencia económica derivada de la sinergia del trabajo conjunto en la oferta integrada del destino turístico. - Recepción de apoyo institucional en forma de servicios y consultoría para el desarrollo. - Recepción de contribuciones financieras públicas para el impulso directo e indirecto de la actividad (creación de oferta turística y desarrollo de infraestructuras y equipamientos). - Aumento de la inversión externa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento del costo de la vida. Inflación. - Escasa diversificación de los medios de subsistencia de la población local y excesiva dependencia de la actividad turística; ello hace más vulnerable a la población local como efecto de las fluctuaciones y crisis globales que modelan la demanda turística. - Desequilibrio en la redistribución de las rentas a nivel comunitario, generando división comunitaria entre quienes se benefician del turismo y quienes no lo hacen, los cuales podrían percibir mayores costos derivados de la actividad. - Riesgo de apropiación externa de los medios de producción, pudiendo que el flujo económico no revierta en la población local. - Apropiación externa de la gestión. - Endeudamiento local no contrarrestado por la rentabilidad de la actividad. - Dificultad de sostenibilidad económica una vez superado el período de apoyo público (generalmente con subvención).

Fuente: Elaboración propia a partir de Aranda et al. (2009); Cebrián Abellán (2008); Fleischer et al. (2005), Himmelfreen et al. (2013); Millán Vázquez de la Torre et al. (2006); Neves et al. (2015), Ohe et al. (2013), Petrović et al. (2017); Tosun (2002) y Vázquez et al. (2011).

2.2. Impactos socioculturales del turismo rural

Los efectos socioculturales derivados de los intercambios turísticos sobre la cultura y las identidades de la población local se han de tener en cuenta (Andereck, Valentine, Knopf & Vogt, 2005; King, Pizam & Milman, 1993; Mathieson & Wall., 1990; Pizam, 1978). Se refieren aquí aspectos demográficos, cultura y patrimonio y servicios, equipamiento e infraestructura.

2.2.1. Demografía

La actividad turística ha producido una redefinición de las relaciones sociales y los roles de género en el medio rural, incorporando como mano de obra a mujeres, jóvenes y personas mayores (Loscertales, 1999). La creación de nuevos puestos de trabajo ha reestructurado el papel productivo de la mujer en el medio rural, favoreciendo su participación económica en la nueva actividad turística y mejorando su posición en el grupo sociofamiliar. Sin embargo, esta incorporación femenina al trabajo productivo turístico ha supuesto el acceso a puestos de trabajo con marcado carácter temporal, a tiempo parcial y con salarios bajos (Sáez Cala, 2008), al igual que se ha mantenido la división sexual en el desempeño de las labores correspondientes (Fuller, 2010), lo cual supone una perpetuación de las desigualdades de género.

El freno al despoblamiento rural ha sido objetivo de las estrategias de diversificación productiva, observándose el turismo rural como un factor que contrarresta la migración de la población rural a las zonas urbanas (Millán Vázquez de la Torre et al., 2006).

2.2.2. Cultura y Patrimonio

El turismo rural se ha hecho acreedor de un papel en el fortalecimiento de la identidad local, fomentando la conservación de las costumbres y tradiciones, las cuales se convierten en patrimonio de atracción turística (Palafox Muñoz y Martínez Perezchica, 2015). De igual modo, ocurre con la recuperación del patrimonio cultural en desuso, a través de la rehabilitación arquitectónica de casas que servirán de alojamiento turístico, y monumentos históricos y artísticos (Delgado Viñas et al., 2003). De esta manera, se preservan las identidades y patrimonios locales, a la par que contribuyen económicamente a su sostenimiento (Martín Gil, 2008). Además, la interacción de las poblaciones locales con los visitantes favorece el intercambio cultural y el aumento de los conocimientos adquiridos por parte de los residentes (De Souza, Elesbão y Schaidhauer, 2011; Grande Ibarra, 2016). Sin embargo, el desarrollo de la actividad turística conlleva un cambio en los ritmos y valores de la población local (Millán Vázquez de la Torre et al., 2006), a la par que puede suponer una adulteración o presentación no auténtica de las costumbres y tradiciones locales (Cebrián Abellán, 2008), adaptadas para generar una mayor atracción de los turistas. Además, el exceso de afluencia turística puede generar conductas antisociales entre la población local (King et al, 1993).

2.2.3. Servicios, equipamientos e infraestructuras

La irrupción del turismo rural ha supuesto un desarrollo concatenado de servicios, infraestructuras y equipamientos que conforman una oferta turística integral atractiva para los visitantes. Las instituciones, tanto públicas como privadas, han puesta en marcha museos, exposiciones, centros de interpretación y ferias culturales, entre otras, hibridando la tradición con las nuevas demandas sociales. La emergencia del turismo rural también ha propiciado la construcción de nuevas instalaciones turísticas (albergues y campings, entre otros) y de hostelería, así como la mejora de recursos ambientales y paisajísticos, con la señalización de rutas y senderos (Delgado Viñas et al., 2003). La tabla 2 refleja los impactos socioculturales, positivos y negativos, generados por el turismo rural.

Tabla 2. Resumen de los impactos socioculturales derivados del turismo rural

IMPACTOS SOCIOCULTURALES	
POSITIVOS	NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> - Inserción laboral de mujeres, jóvenes y mayores. - Visibilización del rol de la mujer en la actividad productiva - Mejora del patrimonio arquitectónico cultural a partir de la rehabilitación de monumentos y edificaciones en desuso. -Revalorización de los recursos culturales y fortalecimiento de la identidad local. -Resurgimiento de artesanías, ceremonias y tradiciones, que se convierten en medio de atracción turística. - Intercambio cultural con turistas y acceso a conocimientos y nuevas perspectivas del mundo. - Reducción del despoblamiento y la emigración, contribuyendo a fijar población. - Mejora en el suministro de servicios básicos y equipamientos públicos, e inversión en infraestructuras y transportes. - Conformación de redes colaborativas para la oferta de un turismo rural integral. - Fomento de la participación de la comunidad en la gestión de los recursos culturales y naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mercantilización de la cultura y presentación como atractivo turístico de costumbres y tradiciones no auténticas y banalizadas. - Adaptación de la cultura local a las exigencias de consumo de la globalización. - Erosión y modificación de valores, creencias, estilos de vida y tradiciones de la comunidad local. - Aumento de conductas delictivas y antisociales hacia los turistas. - Anomias y miedos. - Perpetuación de la desigualdad de género y de los roles asumidos por la mujer, a través del tipo de trabajo que ejercen en la prestación de servicio de turismo rural. - Conflictividad social derivada de la dificultad para establecer redes de colaboración en comunidades con menor tradición participativa.

Fuente: Elaboración propia a partir de Andereck et al. (2005); Cebrián Abellán (2008); Delgado Viñas et al. (2003); De Souza et al. (2011); Fuller (2010); Grande Ibarra (2016); Himmelgreen et al. (2013); King et al. (1993); Loscertales (1999); Martín Gil (2008); Mathieson et al. (1990); Mbaiwa et al. (2010); Millán Vázquez de la Torre et al. (2006); Palafox Muñoz et al.(2015); Pizam (1978) y Vázquez et al. (2011).

3. METODOLOGÍA

Con el propósito de abordar el objetivo de analizar los impactos económicos y socioculturales generados por el turismo rural bajo la perspectiva de género, se ha recurrido a comparar la opinión de las mujeres propietarias o promotoras de la actividad con respecto a la situación de los hombres dedicados al turismo rural.

La investigación se ha realizado en la isla de La Palma (Islas Canarias, España). Las características singulares de este territorio y el carácter pionero en la implantación del turismo rural en Canarias justifican esta elección. La Palma ha implementado un modelo de desarrollo turístico diseminado, inspirado en el originario turismo rural que emerge a principios de los años noventa, impulsado en origen por los programas de fomento europeos de apoyo a la diversificación de la economía rural con la iniciativa comunitaria LEADER (Relaciones entre Actividades de Desarrollo de la Economía Rural) y el programa REGIS para regiones ultraperiféricas de la Unión Europea.

El trabajo de investigación realizado se centra en el estudio de la oferta de alojamiento de turismo rural. Partiendo del registro oficial de establecimientos disponible en la Consejería de Turismo y Transportes del Cabildo Insular de La Palma, se identificó un total de 195 casas rurales con 234 unidades de alojamiento y 829 plazas turísticas. Estas casas rurales se encuentran registradas por 161 titulares de explotación y están distribuidas en la totalidad de los municipios de la isla. Del universo de establecimientos turísticos, se contactó con el 92,8% de las casas (181 establecimientos), y el 93,5% de todas las unidades de alojamiento. Se entrevistó el 95,6% del total de personas propietarias o, en su caso, encargadas de la gestión de las casas, lo cual supone 154 personas entrevistadas, de las que 43,5% son mujeres y 56,5% son hombres.

En el trabajo se recurrió a técnicas de investigación cuantitativa como método de recogida de información primaria. El cuestionario ha sido la herramienta utilizada. Las preguntas realizadas versan en torno a las siguientes variables: i) género de la persona promotora, ii) efectos del turismo rural en la isla de La Palma. En cuanto a los análisis específicos de las variables abordadas, se ha llevado a cabo la prueba de igualdad bilateral de proporciones. Para la interpretación de las inferencias, se ha determinado el nivel de significación del análisis en 5% ($\alpha = 0,05$).

4. RESULTADOS

La valoración de la percepción que mujeres y hombres promotores del turismo rural tienen sobre los efectos de esta actividad en el desarrollo de La Palma se muestra en la tabla 3. Las personas promotoras valoran como poco impactante y respetuoso con el paisaje y el entorno natural el turismo rural desarrollado en la isla, lo cual está en consonancia con la estrategia de no masificación turística y de adecuada integración al medio rural y natural propuesta. Asimismo, el turismo rural es reconocido por su contribución a incrementar el valor del patrimonio histórico y cultural y su capacidad para estimular su recuperación. Se reconoce en ello la estrategia encaminada a la rehabilitación del patrimonio edificacional rural para la creación de oferta alojativa en detrimento de la creación de edificaciones de nueva construcción.

Que el turismo rural favorece para la mujer rural una oportunidad de trabajo remunerado es una afirmación ampliamente compartida con independencia del sexo de las personas entrevistadas, aunque sea ligeramente menos apreciado por parte del colectivo de mujeres. También con una puntuación destacada, las personas promotoras, consideran que la actividad fomenta la puesta en valor de la cultura y el estilo de vida local por parte

de los turistas, así como la generación de ingresos en la isla y en las zonas rurales.

A juicio de las personas promotoras de turismo rural, el efecto que se ve en mayor medida incapaz de limitar el turismo rural es el amortiguamiento del éxodo rural, evitando que la población se marche. La evidencia de los últimos años hace palpable la dificultad para revertir la fuerte tendencia migratoria que sufre el medio rural. En contraposición, los emprendedores muestran una gran confianza en la capacidad de generar empleo que esta actividad presenta en la isla de La Palma.

Las valoraciones analizadas de los efectos generados por el turismo rural en función del género de las personas promotoras muestran una amplia coincidencia. Solo se manifiesta una divergencia en la variable referida al impacto del turismo rural para evitar que la población abandone el medio rural, siendo diferencias apreciables. Así, mientras un 56,3% de los hombres promotores opina que el desarrollo del turismo sí evita que la población rural abandone los entornos rurales, solo un 38,8% de las mujeres promotoras lo comparte. Esta disparidad puede ser reflejo de la realidad de una mayor intensidad migratoria de las mujeres hacia entornos con mejores oportunidades laborales y de formación, de una incidencia en la cobertura y redes de servicios, y asimismo, puede estar relacionada con la mayor dificultad que enfrentan las mujeres en comparación con los hombres para el logro de su desarrollo personal y profesional en el medio rural, lo que podría representar un estímulo para su migración. De aquí resultaría la necesidad de definir políticas rurales que contengan estos procesos migratorios con visión holística, cuya causa explicativa no está en exclusiva radicada en aspectos económicos y laborales.

Tabla 3. Efectos generados por el turismo rural en la isla de La Palma

Efectos del turismo rural		Sexo	
		Hombre	Mujer
		% del total	% del total
Evita que población rural se marche	Si	56,3 _a	38,8 _b
	No	43,7 _a	61,2 _b
Crea empleo	Si	81,6 _a	77,6 _a
	No	18,4 _a	22,4 _a
Complementa renta agrícola	Si	90,8 _a	80,6 _a
	No	9,2 _a	19,4 _a
Genera ingresos en la isla y zonas rurales	Si	96,6 _a	95,5 _a
	No	3,4 _a	4,5 _a
Turismo menos impactante y respetuoso del paisaje	Si	100,0 ¹	100,0 ¹
	No	0,0 ¹	0,0 ¹
Población local tiene mayor posibilidad de participar en desarrollo turístico	Si	90,8 _a	88,1 _a
	No	9,2 _a	11,9 _a
Contribuye a la aparición de nuevas actividades	Si	92,0 _a	82,1 _a
	No	8,0 _a	17,9 _a
Recupera edificación en peligro de ruina	Si	98,9 _a	98,5 _a
	No	1,1 _a	1,5 _a
Facilita a la mujer rural una oportunidad de trabajo económico	Si	98,9 _a	95,5 _a
	No	1,1 _a	4,5 _a
Incrementa el valor del patrimonio y estimula recuperación	Si	100,0 ¹	98,5 _a
	No	0,0 ¹	1,5 _a

Estimula creación de infraestructuras turísticas en el medio rural	Si	92,0 _a	88,1 _a
	No	8,0 _a	11,9 _a
Ayuda a que los turistas valoren la cultura y las formas de vida local	Si	96,6 _a	98,5 _a
	No	3,4 _a	1,5 _a
Nota: Los valores de la misma fila y sub-tabla que no comparten el mismo subíndice son significativamente diferentes en $p < ,05$ en la prueba de igualdad bilateral de proporciones de las columnas. Las casillas sin subíndices no se incluyen en la prueba. Las pruebas asumen varianzas iguales.			
1. Esta categoría no se utiliza en las comparaciones porque su proporción de columna es igual a cero o uno.			

Fuente: Elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

El turismo rural genera un alto nivel de expectativa por su capacidad de incidencia en el desarrollo socioeconómico del medio rural. El carácter multidimensional de los efectos de esta actividad hace que se deba tener en cuenta las diversas áreas sobre las que impacta, las cuales son de distinta naturaleza e intensidad, afectando a la sostenibilidad del desarrollo local, tanto por sus efectos positivos como negativos como ha sido enumerado.

El turismo rural es una fuente de diversificación económica y de dinamización social y del mercado laboral de los entornos rurales, cuyo equilibrio pasa por aprovechar la oportunidad económica y de generación de empleo a la vez que resguarda a las comunidades locales de la excesiva dependencia de esta actividad que actúe en detrimento de la autonomía y la identidad local. La demanda y la tendencia global hacia el consumo de productos de turismo rural ha traído como beneficios la revalorización del patrimonio cultural de comunidades rurales, amortiguando en parte el éxodo rural, y favoreciendo en los territorios rurales oportunidades de una mayor calidad de vida. Un adecuado equilibrio que favorezca intercambios culturales positivos y el empoderamiento de la comunidad local en el control local de la actividad es preciso.

Se evidencia respecto los impactos percibidos en el turismo rural de la isla de La Palma por parte de la comunidad promotora que, de manera general, se valora positivamente la implementación y el desarrollo de la actividad. Se aprecia positivamente la contribución a la generación de ingresos económicos y empleo en el medio rural, así como la aportación a la conservación y valoración del patrimonio cultural, edificacional y paisajístico de la isla. Existe un alto grado de coincidencia en las valoraciones con independencia del sexo de las personas promotoras. La excepción se observa en la discrepancia entre mujeres y hombres promotores con respecto a la opinión de que el turismo rural haya conseguido evitar que la población abandone el medio rural, siendo las mujeres quienes opinan, mayoritariamente, que la actividad no ha logrado alcanzar este objetivo. Este hecho puede estar relacionado con la característica mayor migración femenina de las zonas rurales, en tanto este medio no ha favorecido el desarrollo personal y profesional de las mujeres debido al mayor arraigo de valores patriarcales que establecen desiguales roles entre los géneros, aspectos que de modo integral han de ser abordados en las políticas de desarrollo rural.

6. BIBLIOGRAFÍA

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Resident's perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32 (4), 1056-1076. doi:<https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>

Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2000). The relationship between Residents' Attitudes toward Tourism and Tourism Development Options. *Journal of Travel Research*, 39 (1), 27-36. Recuperado de: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/004728750003900104>

Aranda, Y., Combariza, J., & Parrado, A. (2009). Rural tourism as a rural territorial development strategy: a survey for the Colombian case. *Agronomía Colombiana*, 27 (1), 129-136. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v27n1/v27n1a17.pdf>

Caballé Rivera, A. (2000). Implicaciones de género en el desarrollo de la oferta de agroturismo en Navarra y Asturias. En García Ramón, M.D. y Baylina Ferré, M. (eds.). *El nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural* (pp. 153-169). Barcelona: Oikos-tau.

Cebrián Abellán, F. (2008). Ordenación del territorio y paisaje en el turismo rural. En Pulido Fernández, J. (coord.). *El turismo rural* (pp. 125-155). Madrid: Ed. Síntesis.

De Souza, M., Elesbão, I., y Schaidhauer, M. (2011). Os Benefícios do Turismo Rural: Caminhos de Pedra, Bento Gonçalves/RS. *Rosa dos Ventos*, 3 (2), 216-227. Recuperado de: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/1244>

Fernández Hernández, C. (2008). El turismo rural como factor de dinamización del medio rural. En Fernández Hernández, C. y Martín Torres, M.F. (coords.). *Planificación y gestión del turismo rural. Reflexiones desde la experiencia en Canarias* (pp. 37-76). Santa Cruz de Tenerife: Federación Canaria de Desarrollo Rural.

Fleischer, A., & Tchetchik, A. (2005). Does rural tourism benefit from agriculture? *Tourism Management*, 26, 493-501. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.10.003>

Fuller, N. (2010). Lunahuaná, un destino turístico. Transformaciones en la composición social, economía familiar y relaciones de género. *Revista PASOS*, 8 (2), 293-304. Recuperado de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3365242>

García-Ramón, M. D., Cànoves, G., Salamaña, I., Valdovinos, N., y Villamarino, M. (1995). Trabajo de la mujer, turismo rural y percepción del entorno: una comparación entre Cataluña y Galicia. *Agricultura y Sociedad*, 75, 115-152. Recuperado de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=82986>

Grande Ibarra, J. (2016). Reflexionando sobre el nuevo paradigma del turismo rural en España. *XIX Congreso AECIT*, Adeje-Tenerife, 16-18 de Noviembre 2016.

Himmelgreen, D. A., Romero-Daza, N., Amador, E., & Pace, C. (2013). Tourism, Economic Insecurity and Nutritional Health in Rural Costa Rica: Using Syndemics Theory to Understand the Impact of the Globalizing Economy at the Local Level. *Annals of Anthropological Practice*, 36 (2), 346-364. doi:<https://doi.org/10.1111/napa.12008>

Iakovidou, O. (2002). Women's Agrotourist Cooperatives in Greece: Key Elements for Their Successful Operation. *Journal of Rural Cooperation*, 30 (1), 13-24. Recuperado de <http://ageconsearch.tind.io/record/60881>

INE (2002). *El impacto económico del turismo*. Madrid: Boletín Informativo del Instituto Nacional de Estadística. Recuperado de:

http://www.ine.es/revistas/cifraine/cifrasine_satelit.pdf

King, B., Pizam, A., & Milman, M. (1993). Social Impacts of Tourism: Host Perceptions. *Annals of Tourism Research*, 20, 650-665. doi:[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90089-L](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90089-L)

Kiper, T., Ozdemir, G., & Basaran, B. (2011). Applicability of agricultural tourism and the role of women. A case study of Sarkoy-Murefte. *Journal of Environmental Protection and Ecology*, 12 (3), 1146-1159. Recuperado de <https://docs.google.com/a/jepe-journal.info/viewer?a=v&pid=sites&srcid=amVwZS1qb3VybmFsLmluZm98amVwZS1qb3VybmFsfGd4OjJkMDdmOTQ3Y2FINTA3Mzl>

Loscertales, B. (1999). El turismo rural como forma de desarrollo sostenible. El caso de Aragón. *Geographicalia*, 37, 1-13. Recuperado de: <http://www.unizar.es/geografia/geographicalia/loscertales.pdf>

Martín Gil, F. (2008). Las vías verdes: Elementos estructurantes del paisaje, la identidad local y la competitividad turística de destinos rurales En Ivars Baidal, J.A. y Vera-Rebollo, J.F. (eds.). *Espacios turísticos: Mercantilización, Paisaje e Identidad* (pp. 409-419). XI Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación, Alicante, 18-20 septiembre de 2008. Recuperado de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4025231>

Mathieson, A., y Wall, G. (1990). *Turismo: Repercusiones económicas, físicas y sociales*. México: Editorial Trillas.

Mbaiwa, J., & Stronza, A. (2010). The effects of tourism development on rural livelihoods in the Okavango Delta, Botswana. *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (5), 635-656. doi:<http://dx.doi.org/10.1080/09669581003653500>

Millán Vázquez De La Torre, M.G., López-Guzmán Guzmán, T., y Agudo Gutiérrez, E. (2006). El turismo rural como agente económico: desarrollo y distribución de la renta en la zona de Priego de Córdoba. *CIRIEC-España*, 55, 167-192. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/174/17405507.pdf>

Neves, D. C., Fernandes, A. J., & Pereira, E. T. (2015). Determinants of touristic attraction in Portuguese regions and their impact on GDP. *Tourism Economics*, 21 (3), 629-648. doi:<https://doi.org/10.5367/te.2013.0361>

Ohe, Y. (2007). Multifunctionality and Rural Tourism: A Perspective on Farm Diversification. *Journal of International Farm Management*, 4 (1), 1-23. Recuperado de <http://www.ingentaconnect.com/content/iagrm/jifm/2007/00000004/00000001/art00002>

Ohe, Y., & Kurihara, S. (2013). Evaluating the complementary relationship between local brand farm products and rural tourism: Evidence from Japan. *Tourism Management*, 35, 278-283. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.07.003>

Palafox Muñoz, A., Collantes Chávez-Costa, A., y Zizumbo Villarreal, L. (2011). Indicadores de desarrollo local para el turismo rural de Quintana Roo, México. *Rosa dos Ventos*, 3 (2), 133-140. Recuperado de: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/1235>

Palafox Muñoz, A., y Martínez Perezchica, M. G. (2015). Turismo y nueva ruralidad: camino a la sustentabilidad social. *Letras Verdes: Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*, 18, 137-158. Recuperado de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5444081.pdf>

Petrović, M. D., Blešić, I., Vujko, A., & Gajić, T. (2017). The role of agritourism's impact on

the local community in a transitional society: a report from Serbia. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 13 (50), 146-163. doi:<http://dx.doi.org/10.24193/tras.2017.0009>

Pizam, A. (1978). Tourism's Impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 16 (4), 8-12. doi:<https://doi.org/10.1177/004728757801600402>

Sabaté, F. (2008). El territorio rural como encuentro entre la naturaleza y la cultura humana. Reflexiones sobre su construcción histórica y su crisis contemporánea. *Rincones del Atlántico*, 5, 80-129. Recuperado de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2865739>

Sáez Cala., A. (2008). El turismo rural como factor de desarrollo local. En Pulido Fernández., J. (coord.). *El turismo rural* (pp. 51-74). Madrid: Ed. Síntesis.

Salas, A. (2011). Estudio de la mini-ruta turística: Lita y las 7 cascadas y el impacto del turismo comunitario y rural en el desarrollo de la economía local. *Kalpana*, 6, 13-25. Recuperado de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3750829>

Sanagustín Fons, M. V., Moseñe Fierro, J. A., & Gómez y Patiño, M. (2011). Rural tourism: a sustainable alternative. *Applied Energy*, 88, 551-557. doi:<https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2010.08.031>

Tosun, C. (2002). Host Perceptions of Impacts: A Comparative Tourism Study. *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 231-253. doi:[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00039-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00039-1)

Valdés Peláez, L. (2004). El turismo rural: una estrategia diversificadora. Líneas estratégicas de su expansión. *Papeles de Economía Española*, 102, 298-315.

Vázquez Barquero, A. (1988). Desarrollo local: una estrategia de creación de empleo. Madrid: Editorial Pirámide.

Vázquez Varela, C., y Martín Gil, F. (2011). Problemas de sostenibilidad del turismo rural en España. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 31 (1), 171-194. Recuperado de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3714344>

Vujko, A., & Gajić, T. (2014). Opportunities for tourism development and cooperation in the region by improving the quality of supply – The 'Danube Cycle Route' Case Study. *Economic Research-Ekonomska istraživanja*, 27 (1), 847-860. doi:<https://doi.org/10.1080/1331677X.2014.975517>

TERRITORIO E IDENTIDAD DEL PAISAJE CULTURAL MUISCA EN LA PROVINCIA DE SUGAMUXI: UN ESCENARIO PATRIMONIAL DEL LEGADO ANCESTRAL DEL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ – COLOMBIA*

Candidata a Dr. Francy Marizol Rojas Parra¹

A.D. Ldo. Clemente Alvarado Vivas²

Resumen

La dinámica de un paisaje cultural en el mundo del turismo, debe ser innovadora y privilegiar al visitante con nuevas experiencias, en destinos cuyos atractivos genere escenarios de impactos positivos; de este modo, se conseguirá que el territorio y sus habitantes alcancen integridad medioambiental, sociocultural y desarrollo económico sostenible. Por lo tanto, el objetivo de esta investigación, es fortalecer la gestión de la identidad territorial del paisaje cultural como destino turístico sostenible en la Provincia de Sugamuxi en el departamento de Boyacá, siendo un elemento potencializador que atrae y asienta a un nuevo perfil de turista, el cual busca mayor contacto con el medioambiente, tanto natural como sociocultural, haciendo de los atractivos turísticos, una nueva oportunidad de conocer lugares poco de ellos explorados, otorgando beneficios convergentes entre los visitantes y la comunidad local.

Palabras clave: Identidad; ancestral; paisaje cultural, patrimonio, territorio.

1 Grupo Investigación GUIA, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia. francy.rojas@uptc.edu.co

2 Grupo GUIA, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia. clemente.alvarado@uptc.edu.co

Abstract

The dynamics of a cultural landscape in the world of tourism must be innovative and privilege visitors with new experiences, in destinations whose attractions generate positive impact scenarios; In this way, the territory and its inhabitants will achieve environmental, socio-cultural integrity and sustainable economic development. Therefore, the objective of this research is to strengthen the management of the territorial identity of the cultural landscape as a sustainable tourist destination in the Province of Sugamuxi in the department of Boyacá, being a potentializing element that attracts and establishes a new tourist profile , which seeks greater contact with the environment, both natural and socio-cultural, making tourist attractions a new opportunity to get to know little explored places, granting convergent benefits between visitors and the local community.

Keywords: Identity; ancestral; Cultural landscape, heritage, territory.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno que se ha presentado en diversos periodos de la evolución cultural del hombre, en el medio geográfico constituye una nueva forma de desarrollo sostenible permitiendo enriquecer el carácter patrimonial de un lugar, ya que puede llegar a contribuir con la diversificación de la economía, frenar el despoblamiento, pero sobre todo conservar los valores identitarios , reconocidos por la significación y valoración de la memoria colectiva y la riqueza que enmarca el tejido social, cuyo atractivos ancestrales aluden no solo al conocimiento tradicional de prácticas ideologías las cuales aportan en la formación de la identidad.

El presente documento, hace parte del macro proyecto: La Riqueza Patrimonial del Departamento de Boyacá; a partir de los estudios realizados

por la Escuela de Administración Turística y Hotelera de la UPTC, como iniciativa del grupo de investigación GUIA, teniendo en cuenta que el Paisaje Cultural, representa un activo de gran futuro para el turismo como un elemento relacionado con la planificación del desarrollo.

Con el fin de dar cumplimiento al objetivo principal, se abordaron varios momentos: En la primera fase se estudiaron las vinculaciones entre el legado territorial, el paisaje cultural y el patrimonio, como un recurso para el desarrollo económico, social y cultural, buscando propender por el bienestar y la participación activa de los actores.

En la segunda fase, se identificaron los atractivos de cada municipio objeto de estudio, según la metodología para la elaboración de inventarios turísticos, establecida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia.

En la tercera fase, con el fin de analizar las principales tendencias de intervención, paradigmas y conflictos se trabajó la planificación del paisaje cultural, así como la ordenación territorial de cada municipio.

En la cuarta fase se estipuló la puesta en valor de componentes tangible e intangibles, naturales y culturales hacia una visión integral del territorio como escenario patrimonial.

Se puede subrayar, que el establecimiento de un paisaje cultural rescata no solo el linaje cultural de un territorio, sino que proyecta, un fuerte compromiso social hacia el desarrollo de destinos turísticos y culturales, en las que se infunden sentimientos de identidad inherentes al patrimonio cultural de un

territorio, el que evoluciona constantemente y al mismo tiempo se ve amenazado por la transformación cultural.

2. OBJETIVO GENERAL

Difundir y promover el territorio e identidad del paisaje cultural muisca, en la provincia de Sugamuxi: como un escenario patrimonial del legado ancestral del departamento de Boyacá – Colombia.

3. MARCO METODOLÓGICO

En esta investigación se tuvo en cuenta los parámetros establecidos en el diseño transaccional descriptivo, pues se recolectarán los datos en momentos, en un tiempo único (Hernández S., Fernández, & Batista, 1998). Cabe destacar, que está dirigida hacia el conocimiento del presente, a encontrar respuestas a los problemas teóricos y prácticos que tejen la trama educativa (Busot, La Investigación Descriptiva, 1991).

De igual manera es una investigación documental, ya que se puede describir, mostrar, analizar, probar, persuadir o recomendar y el objetivo es el desarrollo de las capacidades reflexivas y críticas a través del análisis, interpretación y confrontación de la información recogida, básicamente debe llevar a resultados originales y de interés para el grupo social del investigador. (Fraenkel & Wallen, 2003). Ahora bien, destaca un estudio descriptivo documental y se realizará sobre la base de documentos o revisión bibliográfica y se realizará un modelo o propuesta de gestión participativa de la cultura muisca como escenario turístico patrimonial (Chavez, 1994).

Por otra parte, se puede indicar que es una Investigación Proyectiva ya que tiene como objetivo diseñar o crear propuestas dirigidas a resolver determinadas situaciones y se cataloga dentro de este rango ya que una estudiados los elementos y características de un paisaje cultural, se procederá a elaborar una propuesta que defina la gestión participativa de un Paisaje Cultural Muisca como escenario patrimonial del departamento de Boyacá – Colombia, dicho diagnostico se realizará a través de observación directa, entrevistas a expertos, estudiantes, administrativos, gestores culturales y encuesta al público visitante, (Rojas, 1999).

4. CONCEPCIÓN DEL TERRITORIO MÍTICO Y SAGRADO DE LA CULTURA MUISCA COMO ESCENARIO DEL PAISAJE CULTURAL EN BOYACA

Figura No. 1 Afiche Promocional del Paisaje Cultural Muisca en la Provincia de Suagamuxi - Boyacá



Fuente: los autores

Con el nombre chibcha, de Región de mantas o cercado del cacique, es conocido en Colombia, el departamento de Boyacá (SINIC, 2005), localizado en la región central del país con cercanía a Bogotá, lo que le proporciona una corriente significativa de mercado y desarrollo turístico, cuenta con un número significativo de visitantes de la ciudad capital hacia destinos tradicionalmente reconocidos; es un escenario que aún conserva no solo un valor histórico en su arquitectura, sino que resalta su belleza en los hermosos paisajes verdes, así como su diversidad de climas, geografías y paisajes.; todos ellos enmarcados en el arraigo de sus gentes y en las costumbres legendarias de los encantos culturales inmateriales, en las que se acentúan un sinnúmero de manifestaciones que expresan las, tradiciones y formas de vida de su población, sumados al conocimiento popular y el legado empírico de sus antepasados los Muisca; así, como del resultado del sincretismo cultural, de la mezcla de hispanos e indígenas, implantadas desde la época de la conquista entorno al que gira el desarrollo de su cotidianidad. (Abadia Morales, 1977).

Los Muisca, fueron una cultura que ocupaba las tierras altas de la cordillera oriental, en los departamentos de Boyacá y Cundinamarca, desde el 600 d.c. hacen parte de los pueblos de la familia lingüística chibcha, originaria de Centroamérica, (Gómez Montañez, 2013). Los europeos encontraron en 1536 a los muisca, a través de estos se reestablecían el equilibrio en la conformación de su territorio, el orden social y el desarrollo de su economía basada en cultivos e intercambios de productos, por medio de ofrendas valiosas de oro de figuras humanas, escenas de animales y objetos adornados con finas esmeraldas, que depositaban en ofrendas(Camargo Perez , 1934); incluso durante la Colonia, los cuerpos de personajes importantes fueron preservados como momias y colocados en cuevas profundas, envueltos en varias capas de mantas tejidas con hilillos de oro, redes y pieles, con figuras votivas, lo que trajo consigo la riqueza de un legado mitológico, las cuales se han convertido en patrimonio histórico-cultural del territorio Boyacense, (Bohorquez Caldera, 2008).

De acuerdo con la recopilación histórica acumulada a lo largo de los años, la Provincia de Sugamuxi, es descrita como un verdadero relicario de Colombia, pues encierra en su esencia la síntesis de alma indígena, hispánica y republicana, es conocida en el mundo como “La Roma de los Chibchas, Ciudad Sagrada” lugar donde se encontraba la máxima construcción religiosa de todo el imperio muisca, el Templo del Sol, llamado Morada del Sol, fue la representación simbólicas más importante utilizada por los Muisca para la realización de sus festividades, era el espacio sagrado para la meditación y la reflexión, es por ello que las entradas y salidas al oriente y occidente de este recinto sagrado están relacionadas con los solsticios de invierno y verano, fenómenos que también concuerdan con las fases lunares, los movimientos de los astros, la proyección de sombras y los cambios climáticos, además de ello construyeron caminos para llegar al lugar sagrado donde se realizaban los ritos de renovación, transición y levante meridional del sol. (Casas vargas, y otros, 2011)

Los Muisca ubicaron al templo del sol en el lugar exacto donde se pierde la sombra solar en el momento del cenit en un determinado mes del año, lo que

significa su avanzado conocimiento sobre astronomía, en este lugar se celebraban ritos al ser supremo, servicios religiosos y mágicos que encerraban gran fervor y espiritualidad, como la quema de incienso, resinas, invocaciones, ofrendas, liberaciones, sacrificios y unciones, entre otros ritos que se cumplían en este sagrado lugar.

Actualmente, en este lugar reposa el Museo Arqueológico de Sogamoso, que es una dependencia adscrita a la UPTC, fundado por el científico doctor Eliécer Silva Celis (Montana de Silva, 2004), el cual trabajó durante toda su vida para reconstruir ese parentesco Chibcha y no descansó hasta ver hecha realidad la reconstrucción del incendiado Templo del Sol, escenario dominante en el que se desarrollan las Fiestas del Huan, cuya mentalidad no solo se basa en recuperar espiritualmente las expresiones, conservar, cuidar y proteger los lugares sagrados, sino en armonizar un espacio territorial ancestral. (Lleras, 2005).

El análisis de este estudio, ha permitido contextualizar la convergencia entre paisaje y cultura territorial, la que incita a la protección y gestión sostenible de los espacios y manifestaciones valiosas de la población Boyacense, de tal manera, que indique un cambio prudente en la mentalidad de recrear productos turísticos dependientes de la sostenibilidad del territorio y como un elemento diferenciador de calidad de vida, es por ello y teniendo en cuenta la definición tanto de los elementos, como las características que encierra el territorio de la Provincia de Sugamuxi, se hace visible la valorización cultural, social y turística de los recursos culturales, naturales y de memoria ancestral, como instrumentos para el establecimiento del Paisaje Cultural Muisca como un escenario patrimonial, teniendo en cuenta la planificación turística, y el desarrollo sostenible del territorio Boyacense, sobre los procesos de valorización de recursos culturales y como instrumento para la planificación de un destino turístico y la formulación de un plan de manejo especial.

El paisaje cultural, comprende el filtro de la cultura y su articulación con el paisaje territorial constituido por los bienes y manifestaciones de interés, como un fuerte argumento para entender que este concepto se convierta en el núcleo de

espacios culturales creados por los miembros de una comunidad que conforman los modos de ser, de pensar y de sentir; esta apropiación simbólica de un territorio, transforma el medio físico en un paisaje cultural y simultáneamente promueve la gestión sostenible de este.

5 POTENCIAL DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURISTICOS EN BOYACA – COLOMBIA

La organización creativa de un paisaje cultural, es el resultado de condiciones socio- culturales y ambientales específicas, así pues, la territorialidad abarca el ámbito del lugar y sus relaciones de localidades integradas en la dinámica regional, que a su vez trascienden en la participación y construcción colectiva de la apropiación del tiempo, de los espacios y de la memoria cultural del legado de un ser humano. (Gasic, Narvaez, & Quiroz, 2015).

En tal sentido, la búsqueda de alternativas de desarrollo local y regional Boyacense, tiene como fundamento el análisis de los procesos de configuración de su territorio y para ello es necesario la recuperación de la identidad territorial, así como la exploración de nuevas formas de valoración de dicha identidad; en este caso el territorio se concibe como un patrimonio que resulta de un proceso de construcción, apropiación y valoración, que requiere una práctica política renovada de desarrollo local y regional, (Pike, et al., 2011).

La Creación de Paisaje Cultural Muisca, contextualiza los componentes de valor histórico, artístico, cultural y/o patrimonial, como resultado de la acción e interacción de factores naturales y/o humanos sobre cualquier parte del territorio percibido por la población, articulado con los atractivos tangibles e intangibles que conforman los paisajes actuales de la Provincia de Sugamuxi, los que cuentan con valores objetivos que lo caracterizan, y otros subjetivos vinculados a dicha percepción, en los que radica el componente cultural; con todo ello, se destaca el carácter singular de la actividad de los turistas para animar a la gestión sostenible y la puesta en valor desde una perspectiva respetuosa con la conservación y

protección, siendo necesaria la comprensión territorial, integral, transversal y escalar, (Sforzi, 2001, p.29), el que debe ser coherente con los argumentos que reconocen el carácter patrimonial de los paisajes culturales por la UNESCO desde 1992.

6. HACIA UNA VISIÓN INTEGRAL DEL PROCESO DE PATRIMONIALIZACION EN EL PAISAJE CULTURAL MUISCA

Desde la perspectiva, de los discursos sobre los procesos de patrimonialización en Colombia y otros países Iberoamericanos, los elementos destacados de una cultura a los que se les otorgan valores de identidad y tradición únicos, son los considerados por la UNESCO, como patrimonios territoriales, cuyo fin es la salvaguardia de dichas identidades y su gestión para el desarrollo local de los territorios con carga cultural. (Gamboa, 2015).

Dentro de los elementos que componen Paisaje Cultural Muisca en la Provincia de Sugamuxi, se encuentra en primer lugar la producción del Maíz tierno o Ativia, como lo llamaban los muisca, el que se convertía en un símbolo protagónico puesto que generó un modelo de acción colectiva de desarrollo de capital social único en el Valle de Iraka, como fruto del logro un trabajo colectivo en el que las comunidades rurales mantuvieron como un legado del paisaje natural con sus cosechas, las que le dan vida y lo mantienen, generando mayor apropiación del territorio y valoración de la riqueza cultural, natural y productiva de estas tierras (Correa Rubio, 2003); como segundo elemento se encuentra la Cosmovisión del Culto al sol como Identidad Cultural Festiva, el que hace referencia a las manifestaciones festivas ancestrales y sus rituales hacia la máxima deidad el sol, con la realización de la Fiesta del Huan, conmemorando el 21 de diciembre.

Estos dos escenarios, han sido objeto de procesos de patrimonialización y aprovechamiento turístico, conformadas por un conglomerado de conocimientos, habilidades, técnicas, herramientas y contenido de vida de sus habitantes,

considerados elementos del patrimoniales, sujetos a los principios de salvaguardia estipulados por el ente máximo para la gestión del patrimonio la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO.

7. RESULTADOS

La razón de percibir un Paisaje Cultural Muisca en la Provincia de Sugamuxi en el Departamento de Boyacá, es el resultado de un proceso histórico de interpretar el paisaje cultural como parte del patrimonio y de la cultura territorial, dando como resultado el diseño y planificación de un nuevo producto como destino turístico sobre la base de su potencialidad, la sostenibilidad y calidad del destino y su posicionamiento estratégico en el mercado regional, nacional e internacional.

Se abordó, la posibilidad de sensibilizar a la comunidad, con el fin de que lograran reconocer la riqueza patrimonial muisca como un recurso para el desarrollo económico, social y cultural, considerando la relación inseparable entre el paisaje cultural y el reconocimiento de las potencialidades turísticas a nivel local, lo que permitió a los actores involucrados en el proceso, desarrollar una cultura turística y diseñar estrategias de mercadeo que le permitan su aprovechamiento sostenible y sustentable.

Fortalecer la gestión de la identidad territorial del paisaje cultural Muisca, como destino turístico sostenible en la Provincia de Sugamuxi en el departamento de Boyacá, como un elemento potencializador patrimonial que atrae y asienta a un nuevo perfil de turistas.

Fortalecimiento de la promoción turística del departamento de Boyacá, mediante la propuesta del paisaje cultural muisca, como elemento dinamizador de la demanda y nuevo componente de los productos turísticos de la región.

8. CONCLUSIONES

El paisaje cultural muisca de la Provincia de Sugamuxi, toma como eje central la cultura indígena de los Muisca, los cuales se han convertido en patrimonio histórico-cultural de la población Boyacense, en el escape de la vida citadina se da en la tarea de la búsqueda de los paisajes culturales, añorando la pasividad y la vida menos agitada, lo que ha incidido en una modificación al sentido de conocer y disfrutar nuevos destinos que intenten de recobrar un pasado.

Por medio de esta investigación se pueden establecer estrategias que conlleven a generar una evaluación de la calidad del destino y que permitan identificar su vocación turística.

Se generó una herramienta de utilidad para el departamento donde se actualizaron los inventarios de los atractivos turísticos patrimoniales, permitiendo consolidar los sistemas estadísticos de la actividad turística, propiciando la interacción de los diversos actores que participan en la cadena del turismo interno, permitiendo a futuro destacar su gran riqueza inmaterial, natural y cultural, presente en cada uno de sus municipios, a través de la creación de productos turísticos sostenibles los cuales ofrecen diversidad de paisajes, manifestaciones y experiencias que le permite a futuro destacarse a nivel nacional como un referente en materia turística, generando no solo un crecimiento constante de la economía, sino logrando beneficios locales y mejoramiento de la calidad de vida de quienes en ella intervienen.

Los procesos de patrimonialización integrado al Paisaje Cultural Muisca en la Provincia de Sugamuxi como identidad cultural, constituyen una dinámica que vincula el símbolo diferenciador de una cultura, que otorga singularidad y representatividad en los destinos turísticos del Departamento de Boyacá, dando respuesta a que el fenómeno turístico con el paso de los tiempo se ha ido perfilando como una estrategia de crecimiento e intercambio positivos para el desarrollo de las comunidades.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Abadia Morales, G. (1977). El Folclor Colombiano. Velez Santander: Instituto Colombiano de Cultura.

Alvarez Muñárriz, L. (2011). La Categoría del Paisaje Cultural. AIBR Revista de Antropología Iberoamericana, 57-80.

Benko, Georges y Lipietz, Alain.(1994). Las regiones que ganan. Distritos y redes: los nuevos paradigmas de la geografía económica, Valencia-España, Ediciones Alfonso El Magnanim.

Bohorquez Caldera, L. A. (2008). Concepción sagrada de la naturaleza en la mítica muisca. Franciscanum. Revista de las ciencias del espíritu Universidad de San Buenaventura, 151-176.

Boissier, Sergio. (2001). Biorregionalismo: la última versión del cuento del traje del emperador, en: Territorios. Revista de Estudios Regionales y Urbanos, No. 5, agosto 2000 – enero 2001, Bogotá, Colombia.

Borja, Miguel. (1996). Estado sociedad y ordenamiento territorial en Colombia. Santafé de Bogotá, CEREC - Instituto de Estudios Político y Relaciones Internacionales - Universidad Nacional.

Buzai, Gustavo. (2000). La exploración geo digital, Buenos Aires, Lugar Editorial S.A.

Camargo Perez , G. (1934). Geografía Historica de Sogamoso. Sogamoso: Sugamuxi.

Casas vargas, A., Gómez, A., Briceño , I., Diaz-Matallana, M., Bernal, J. E., & Rodriguez, J. V. (2011). High Genetic Divercity on a sample of pre-columbian Bone

Remains for Guane territories in Northwestern Colombia. *American Journal of Physical Anthropology*, 637-649.

Delgado, Ovidio. (2003). *Debates sobre el espacio en la geografía contemporánea*. Bogotá, Universidad Nacional - Unibiblos.

Farinós D. Joaquín. (2001). Reformulación y necesidades de una nueva geografía regional flexible, en; *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, No. 32 (monografía sobre la Región y la Geografía Regional), Madrid, pp 53-71.

Gamboa, J. A. (2015). Los muisca y su incorporación a la monarquía castellana en el siglo XVI: nuevas lecturas desde la Nueva Historia de la Conquista. *Dialogos del Patrimonio Cultural*, 11-36.

Gasic, I., Narvaez, A., & Quiroz, R. (2015). *Reapropiaciones de HENRI LÉFEBVRE Crítica, Espacio y Sociedad Urbana*. Santiago de Chile: Triangulo.

Gómez Montañez, P. F. (2013). Esbozo de una antropolgia de lo Muisca desde una perspectiva del sur: Paralelos y Transitos. *universitas humanística* No 75, 133-153.

Jacobsen, S., Mujica, A., & Ortiz, R. (2013). La Importancia de los cultivos Andinos. *Fermentum Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 14-20.

Lleras, R. (2005). Los Muisca En La Literatura Histórica Y Antropológica ¿Quién Interpreta A Quién?*. *Boletín De Historia Y Antigüedades – Vol. Xcii* No. 829, 307-338.

Lopez Callejas, P. A., Ramirez Velandia, A. C., & Sarto Yopez, W. J. (2016). *La memoria histórica indígena Muisca un camino al fortalecimiento de la identidad cultural*. Bogotá: Fundación Universitaria Los Libertadores Facultad Ciencias de la Educación. Gabiña, Juanjo. (1999). *Prospectiva y planificación territorial. Hacia un proyecto de futuro*. México D.F., Alfaomega Editores.

Glenn, Jerome y Gordon, Theodore. (2006). Estado del futuro. Whashington, The United

Nations University - Universidad Externado de Colombia.

Hiernaux, Daniel. (2006). Geografía del turismo, en: Daniel Hiernaux y Alicia Lindón (directores), Tratado de geografía humana. Barcelona. Anthropos Editorial – Universidad Autónoma Metropolitana (México)

Klein, Juan – Luis. (2006). Geografía y desarrollo local, en: Daniel Hiernaux y Alicia Lindón (directores), Tratado de geografía humana. Barcelona. Anthropos Editorial – Universidad Autónoma Metropolitana (México).

Lefbvre, Henry. (1983). La Revolución Urbana, Madrid, Alianza Editorial.

Matthews, John y Herbert, David. (2008). Geography. A very short introduction. New York: University Press.

Morín, Edgar. (2001). Los siete saberes necesarios para la educación del futuro. Barcelona. Editorial Paidós.

Montana de Silva, L. (2004). Museo Arqueológico Suamox. Sogamoso: UPTC Editorial.

Pike, Andy, et al. (2011). Desarrollo local y regional. Valencia. Universidad de Valencia (España).

Rodríguez G. Manual de desarrollo local. Oviedo (España), Ediciones Treas, S.L

Sforzi, Fabio. (2001). La teoría marshalliana para explicar el desarrollo local en: Fermín

Subercaseaux, J. (2015). Trabajar en el Campo siglo XXI. Panorama Tematico Laboral, 15.

Relaciones Turismo de memoria, el caso de Nicolás Neira

Giovanny Araque Suárez¹

Resumen

El artículo aborda las relaciones que se tejen entre turismo y memoria en el lugar en donde fue asesinado Nicolás Neira -un crimen por el que fue hallado responsable el estado colombiano- como lugar conmemorativo, el cual hace parte de una memoria no oficial del acontecimiento. El texto se enmarca en los estudios sobre lo que se viene consolidando en el sector turístico desde hace menos de un lustro como "turismo de memoria", en esa dirección, aporta elementos teóricos se presentan posibilidades, límites, riesgos y en general problemáticas de esta relación, la cual ocurre en una sociedad en proceso de transición. Finalmente se presentan las conclusiones del artículo.

Palabras clave: Turismo, memoria

Abstract

The article focus in the relationships that are woven between tourism and memory in the place where Nicolás Neira was assassinated -a crime for which the Colombian state was found responsible- as a memorial, which is part of an unofficial memory of the event. The text is part of the studies on what has been consolidated in the tourism sector for less than five years as "memory tourism", in that way, it provides theoretical elements presents possibilities, limits, risks and in general problems of this relationship, which occurs in a society in transition process. Finally, the conclusions of the article are presented.

Keywords: memory, tourism

¹ Grupo de Investigación en Desarrollo y Crecimiento Económico Regional GIDECER, Administración Turística y Hotelera, Corporación Unificada de Educación Superior, Colombia. giovanny_araque@cun.edu.co

INTRODUCCIÓN

En sociedades en posconflicto, el cese de acciones armadas permite el acceso a zonas que antes estaban restringidas y de la misma manera comienza a ser posible la activación de la memoria de lo que pasó en escenarios públicos, mucho más cuando la ley 1448 del 2011, o ley de víctimas cuenta con el mecanismo de “reparación simbólica”, lo cual ha implicado preponderantemente erigir monumentos en espacio público como una garantía de no repetición de hechos victimizantes, los cuales no pocas veces se convierten en lugares de referencia para residentes y turistas.

Sin embargo, la complejidad del conflicto colombiano no es fácil de contar y mucho más de una manera tan reciente, a pesar de ello emergen diferentes mediaciones de la memoria a través del turismo: por ejemplo, la ruta de “Pablo Escobar” en Medellín, en donde el perpetrador es mostrado como un héroe. De otro lado, la ruta del “Nunca más” en San Carlos (Antioquia) en donde se reivindica la visión de las víctimas. Incluso en algunas Zonas veredales (Mesetas, Meta) en donde se encuentran los excombatientes de las FARC se plantean proyectos de turismo en donde se invita a los visitantes a “hacer un turismo enfocado en la historia del país, de la mano de los atractivos ecológicos, donde la gente experimente la vida cotidiana de los guerrilleros”. De la misma manera el monumento en el parque de Bucaramanga, el cual conmemora a los 17 comerciantes asesinados en Puerto Boyacá por paramilitares, o el monumento de la masacre de Villatina en el Parque de los periodistas en Medellín, en donde el estado fue hallado responsable por sentencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, solo por nombrar algunos ejemplos de los actores del conflicto colombiano.

Es necesario entonces, crear un marco de reflexión teórico que permita responder a la pregunta sobre cuáles son los límites, las posibilidades y los riesgos de mediar la memoria colectiva de un conflicto en una sociedad en proceso de transición, en el contexto del turismo.

PRÁCTICAS DE MEMORIA EN EL CONTEXTO DEL CONFLICTO COLOMBIANO MEDIADAS POR EL TURISMO

En el contexto del conflicto armado colombiano según cifras oficiales, existen más de siete millones de víctimas, valga decir que dependiendo de la periodización y la fuente que se consulte, la cifra puede variar.

El cese de acciones armadas permite la activación de la memoria de lo que pasó en escenarios públicos, sin embargo, la complejidad del conflicto colombiano no es fácil de contar y mucho más de una manera tan reciente, a pesar de ello emergen diferentes mediaciones de la memoria a través de diferentes actores en el contexto turístico:

- La ley de víctimas (1448 de 2011) instituyó dentro de la triada: Verdad, Justicia y Reparación, la “reparación simbólica” como una garantía de no repetición, lo cual ha implicado principalmente erigir monumentos en espacio público, los cuales no pocas veces se convierten en lugares de peregrinaje: El monumento en el parque de Bucaramanga, el cual conmemora a los 17 comerciantes asesinados en Puerto Boyacá

por paramilitares, o el monumento de la masacre de Villatina en el Parque de los periodistas en Medellín, en donde el estado fue hallado responsable en sentencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, o el monumento en Montes de María, solo por nombrar algunos ejemplos de reparación simbólica en el marco de la ley de víctimas. De la misma manera existen otras prácticas menos frecuentes como la creación de paseos peatonales con placas que tengan el nombre de las víctimas, conservación y restauración de lugares, publicación de informes, entre otros mecanismos de memoria no pocas veces relacionados con prácticas artísticas.

- Existen también ejercicios de memoria similares que aunque no responden a la lógica de la reparación simbólica a través de fallo judicial como los mencionados antes, y que pueden encontrarse o no, ligados a lo que se conoce como “Conflicto armado”, ya se practicaban por distintos actores alrededor de diferentes conflictos que viven o vivió el país, por ejemplo:

- o La ruta del “Nunca más” en San Carlos (Antioquia) en donde se reivindica la visión de las víctimas. De la misma manera existen diferentes experiencias en el país, de las cuales dos de las más significativas se encuentran en Buenaventura y Trujillo (Valle).

- o En algunos Espacios Territoriales de Capacitación y Reincorporación, como en el de Mesetas (Meta), excombatientes de las FARC se plantean proyectos de turismo en donde se invita a los visitantes a hacer un turismo enfocado en la historia del país, donde la gente experimente la “vida cotidiana de los guerrilleros” de la misma manera en Icononzo (Tolima), Ponedores (Guajira), entre otras.

- o Los Centros y casas de memoria de víctimas militares en diferentes regiones del país en una alianza de todas las fuerzas militares de Colombia y con el presupuesto necesario para promover y difundir su versión del conflicto.

- o La ruta de “Pablo Escobar” en Medellín, en donde el perpetrador es mostrado como un héroe (un capítulo de la serie en Netflix que exalta su figura y a uno de sus sicarios: “El otro turismo”), en Puerto Boyacá se realizan ejercicios de guía en el mausoleo en el que se encuentra Henry Pérez, un exmilitar y luego paramilitar que cobró cientos de víctimas, algunos domingos del mes es recordado por guías espontáneos que cuentan la historia a los visitantes del cementerio por algún dinero.

Otros “Lugares de memoria” seguirán apareciendo, por ejemplo la solicitud de las víctimas sobre la necesidad de restaurar la construcción donde funcionaban los hornos crematorios que los paramilitares utilizaban para desaparecer los cuerpos de sus víctimas en Norte de Santander, así como los que surjan en el contexto del asesinato de líderes y activistas de diferentes movimientos y manifestaciones sociales, como el caso de Nicolás Neira.

Turismo de memoria: el caso de Nicolás Neira

El concepto de memoria se refiere de una forma general a procesos sociales y culturales que implican tensiones de diferente nivel, en los cuales se reconoce la multiplicidad en las interpretaciones de un hecho. Las múltiples versiones no son de modo alguno simétricas, por el contrario, responden a poderes diferenciados que se producen para buscar establecerse como la versión dominante, en donde por lo mismo, pueden encontrarse en pugna con la versión oficial, constituyendo un fenómeno complejo a ser abordado por el turismo.

Para mediar este acontecimiento desde el turismo, se pueden establecer algunos principios que pueden permitir narrar este tipo de memorias relacionadas con diferentes conflictos sociales, económicos, políticos, entre otros.

En la marcha del primero de mayo del año 2005 fue brutalmente asesinado por integrantes del ESMAD Nicolás Neira. Luego de 12 años de impunidad y gracias a la lucha incansable de Yuri Neira, su padre, se condenó en 2017 a uno de los sindicados a 4 años de cárcel.

En el lugar en donde Nicolás quedó tendido sobre la carrera séptima entre calle dieciocho y diecinueve en Bogotá se encuentran varias placas que conmemoran su muerte (eventualmente también la cortina contigua a las placas es pintada en memoria de Nicolás como se muestra en la imagen siguiente) así como las de otros dos estudiantes (Jhony Silva y Carlos Alberto Pedraza) quienes presuntamente podrían ser víctimas también de crímenes de estado.

Las placas conmemorativas realizadas por el padre de Nicolás se constituyen como un ejercicio de memoria que aunque se encuentra por fuera de la lógica de la “reparación simbólica” en el marco de la ley de víctimas (1448 de 2011), responde a ese mismo ejercicio: establecer a través de placas y monumentos fundamentalmente, un ejercicio de memoria en espacio público, entendida como una garantía de no olvido y no repetición de hechos victimizantes.

Figura 1. Carrera séptima entre calles 18 y 19, en Bogotá frente a las placas



Figura 2. Detalle de columna, carrera séptima entre calles 18 y 19, Bogotá



No son pocas las guanzas turísticas que se realizan en el centro de Bogotá y que no reconocen los acontecimientos en que murió Nicolás Neira, en tanto lo consideran un hecho que no le da “buena imagen” a la ciudad, lo que lleva a ocultarlo o contarlo de una manera muy superficial. Un país que no reconoce sus muertos, que naturaliza la violencia y acepta además una desigualdad social como una especie de predestinación, deja en evidencia una formación de opinión pública y ciudadanía precaria (Serna, 2001).

El proceso de formación de ciudadanía requiere integrar el reconocimiento del exterminio político, las limitaciones ciudadanas en la participación del campo educativo, político y económico y las narraciones de lo trágico.

En los casos en que son narrados los acontecimientos del asesinato de Nicolás, se realiza de una manera descontextualizada, por fuera de la dinámica política y social que provocó su muerte, atribuyéndole circunstancias aisladas que en el mejor de los casos buscan generar lastima y en el peor, lo responsabilizan de su propia muerte. Para el caso específico de la construcción de narraciones turísticas acordes con el proceso de paz, se requiere apelar a una mirada relacional que involucre la memoria de los acontecimientos con el contexto social del país como eje de articulación de reactivación del recuerdo (Augé, 1993), y mediante su comprensión, una reparación social bajo un reconocimiento histórico de lo que hemos sido como nación.

Si algo se hace evidente en la carrera séptima entre calle dieciocho y diecinueve, es la poca credibilidad que se le atribuye al relato no oficial sobre lo que sucedió, a veces con un ánimo de sospecha, a veces con un ánimo de derrota o simplemente la negación de lo que le sucedió a Nicolás en tanto fundamentalmente los procesos de guianza que pasan por allí se ocupan de temáticas relacionadas con el ocio y el tiempo libre. Más allá de las posturas que legitiman la historia de los vencedores, lo que se busca con esta propuesta es potenciar el respeto por diferentes formas de narrar el conflicto, bajo el reconocimiento de las carencias propias de nuestro proceso de construcción de ciudadanía, como es la carencia de memoria histórica más allá de la historia oficial (Salazar, 2010). En esta

medida, los procesos de formación ciudadana a través del ocio y el tiempo libre deberían insistir en la formación de ciudadanos responsables con sus procesos identitarios y en capacidad de ofrecer diferentes diálogos sobre la representación de Colombia y la aceptación de la diferencia (Bustos, 2010)

La práctica turística generalmente se nutre de fuentes no especializadas para la construcción de sus guiones y fundamentalmente su cantera de información es periodística, aunque en el caso de Nicolás no existen textos especializados por fuera de los documentos judiciales, y lo que efectivamente se encuentra son trabajos periodísticos muy cortos en extensión, sin embargo, si existe allí una variedad de posturas sobre el acontecimiento que valdría la pena reconocer como parte de la narración y de la construcción de un guión turístico, resaltando la necesidad de conocer la versión de Yuri Neira, su padre, es decir la voz de las víctimas o sus familiares. En la actualidad la construcción de lugares, guiones y rutas turísticas adolece de reflexiones profundas sobre la experiencia histórica y su relación con las diferentes versiones del pasado. La importancia de la versión de las víctimas, la multiplicidad de versiones, la selección de fuentes de información desde donde se construye la mediación, incluso la mercantilización de la memoria, entre otras requieren ser tenidas en cuenta en la construcción de guiones interpretativos realizados bajo profundas investigaciones y serios compromisos de una ética de la memoria (Avishai, 2000).

No hay otra forma de honrar la memoria de las víctimas, que un relato riguroso sobre los acontecimientos que provocaron un hecho victimizante. No hay otra forma de construir paz, que contribuyendo a la difusión de las versiones que se han podido establecer. En el caso de Nicolás fue un crimen de estado, hay que reconocerlo como tal y establecer cómo pensar el conflicto desde el accionar del sector turístico.

En esa dirección, es necesario estructurar un modelo que le permita no solo a los guías, sino al sector turístico en general, pensar la relación que existe entre turismo y conflicto, planteando nuevas versiones turísticas que además sean incluyentes y críticas (Bustos, M 2010). De allí que la categoría de "Turismo de memoria" sea emergente y esté en proceso de construcción, por ello en su mayoría no existen desarrollos conceptuales sino aproximaciones sobre prácticas turísticas bajo algunos aportes de casos locales que abordan la tensión entre memoria histórica y turismo. El desarrollo conceptual más consistente ha estado enmarcado en los estudios de memoria, allí existen diferentes reflexiones teóricas, metodológicas y epistemológicas que permiten desarrollar análisis sobre la mediación que ejerce el turismo sobre la memoria en contextos de conflicto como el colombiano. Estos entramados que hacen parte de la cultura no solo requieren de su visibilización y puesta en valor sino de la difusión y la reflexión que se puede propiciar desde un espacio académico e interdisciplinar como el turismo. (Llano, 2018)

Estos referentes culturales y dispositivos del recuerdo necesitan no solo el reconocimiento, la justicia y la reparación sino además el recorrido, el viaje y la generación de vínculos identitarios con los lugares. La garantía de no repetición de estos hechos de barbarie es posible tramitarla a través de lo que podría entenderse como un tipo de reparación simbólica posible a través de un turismo de memoria. En esa dirección

el “Turismo de memoria” cumple una función de vital importancia, en tanto mediador de la memoria de los conflictos en Colombia.

La consolidación de los lugares de memoria dará pasó a los recorridos y rutas de la memoria que ya existen en diferentes lugares del país, con distintos matices y que es necesario que las comunidades se apropien de ellos, no únicamente como una forma de pensar el conflicto, sino como de la forma en como se viene también insistiendo, en relación a la recuperación y puesta en valor de una tradición,

Finalmente, el Turismo de memoria del cual hacen parte las rutas, guiones y lugares, se puede constituir como una tipología de turismo comunitario la cual revalore prácticas turísticas comunales ligadas a las historias locales y la gestión del territorio, en donde los visitantes puedan tener experiencias con comunidades que han sido marginadas, estigmatizadas o victimizadas por diferentes motivos.

CONCLUSIONES

- Generalmente el turismo se enfoca en una característica económica, histórica, política, administrativa que enseña un aspecto de un lugar, sin lograr una visión sistémica. Sin embargo, al ser un campo interdisciplinar, cuenta con las herramientas para construir una mediación (que de hecho ya está ocurriendo en diferentes lugares del país) de la memoria sobre los diferentes conflictos que vive o vivió el país a lo largo de su historia.
- Lo que se hace evidente, es que la idea de memoria es dispar, heterogénea, incluso contradictoria entre los diferentes actores, en tanto cada uno reivindica una posición de poder diferenciada respecto a los mecanismos de memoria que puede utilizar de manera efectiva. Sin embargo, el turismo puede simplificar la complejidad de los conflictos, en tanto históricamente se había mantenido alejado de la posibilidad de abordar todo tipo de conflictos, adolece también del marco teórico y conceptual que le permitiría enmarcar su reflexión, en tanto se encuentra en construcción y discusión en el contexto de las ciencias sociales y humanas.
- El sector turístico ligado a la academia, debe arriesgar distinciones, delimitaciones, periodizaciones, caracterizaciones y en general clasificaciones que permitan darle un cuerpo más definido a la discusión sobre turismo, memoria y conflicto, además de crear referentes, marcos de dialogo y debates con un mayor nivel de información y diversidad de puntos de vista.
- El turismo puede ser una herramienta que ayude a cimentar el ejercicio de una ciudadanía con conciencia histórica, a través de diferentes acciones relacionadas con la memoria. Con base en ello, debe entablar un diálogo con los marcos normativos como la Ley de víctimas, la reparación, la verdad, entre otras que permita ser un canal de difusión para lograr fortalecer procesos de formación ciudadana.
- Finalmente, debemos avanzar en la comprensión de procesos de guianza que reivindiquen a las víctimas y desde una perspectiva histórica aporten elementos para entender la guerra que aun no acaba.

BIBLIOGRAFÍA

Achugar, H. (1999). El lugar de la memoria. En: Cultura y globalización. Bogotá. Universidad Nacional de Colombia.

Augé M. (1993) Los no lugares. Espacios del anonimato para una antropología de la sobremodernidad. Barcelona España. Gedisa.

Augé M, (2008) El viaje imposible el turismo y sus imágenes. Barcelona. Gedisa, España.

Avishai M. (2000). Ética del recuerdo. Editorial Herder.

Ascanio, A. (2010). El objeto del turismo. Una posible ciencia social de los viajes. Recuperado de www.pasosonline.org/Publicados/8410/PS0410_16.pdf

Bustos, M. (2010). El patrimonio y la lucha por los sentidos en el distrito capital. Bogotá. Revista Calle 14 volumen 4, número 4 enero-junio. Universidad Distrital.

Calvo, O. (1998). El cementerio central: Bogotá, la vida urbana y la muerte. Bogotá. Observatorio de cultura urbana.

Chavarro, C. & Llano, F. (2010). El héroe, el lujo y la precariedad patrimonio histórico en Bogotá (1880-1950). Bogotá. Universidad La Gran Colombia.

Congreso de Colombia. (8 de junio de 2011) Ley de víctimas y restitución de tierras. [Ley 1448 de 2011].

Deleuze, G. (2006). Mil Mesetas. Capitalismo y esquizofrenia. España. PRE-TEXTOS.

Foucault, M. (2000). Un diálogo sobre el poder. Madrid. Alianza editorial.

Halbwachs, M. (2004) La memoria colectiva. Zaragoza. Prensas Universitarias de Zaragoza.

Hernández, J. (2011). Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Recuperado de: http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211_01.pdf

Llano, F. (2018). El turismo de memoria y reparación simbólica: una propuesta para abordar el postconflicto en la ciudad de Bogotá (Colombia). Recuperado de:

https://www.researchgate.net/publication/320597012_El_turismo_de_memoria_y_reparacion_simbolica_una_propuesta_para_abordar_el_postconflicto_en_la_ciudad_de_Bogota

Ministerio de Industria y Turismo (2014). Turismo para la construcción de paz. Recuperado de www.mincit.gov.co/descargar.php?id=71713

Ochoa, I. (2015). Cadena de valor. Bogotá. Universidad Externado de Colombia Maestría en Planificación y Gestión del Turismo.

OMT (2015). "Manual internacional de turismo y paz". Recuperado de www.omt.library.org/descargar.php?id=743645261713

Palacios, C. (2010) Turismo y memoria. Reflexiones teóricometodológicas sobre el Espacio para la Memoria – Buenos Aires, Argentina Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 19, núm. 2, marzo, 2010, pp. 268-278 Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.

Rivera, M. (2012). El turismo experiencial como forma de turismo Responsable e intercultural. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4768331.pdf>

Salazar, M. (2010). Lugares dentro de lugares. El rito de la memoria en la composición arquitectónica. Centro cultural Jorge Eliecer Gaitan: Rogelio Salmona. Universidad Nacional

Serna, A. (2009) Memorias en crisoles propuestas teóricas, metodológicas y estrategias para los estudios de memoria. Bogotá. Universidad Francisco José de Caldas.

Serna, A. (2006). Identidad ciudadana, lenguajes coloniales y conflicto social. En: Ciudadanía y conflicto. Bogotá. Memorias del seminario internacional. Fondo de Publicaciones Universidad Distrital.

Serna, A. (2001). Próceres, textos y monumentos: culturas urbanas, discursos escolares y formas de la historia. Bogotá. Universidad el Bosque.

Todorov T, (2008) Los abusos de la memoria. Madrid. Paidós.

6

FORMACIÓN DE CAPITAL HUMANO EN TURISMO

Los problemas conceptuales como limitantes de la formación y la investigación en turismo.

MSc. Carlos A. Santovenia Pérez

UNAN-León. Nicaragua (J)

carlosant@yahoo.com

Resumen:

El trabajo se basa en el análisis de artículos e investigaciones que abordan los problemas de conceptualización en el campo del conocimiento turístico, así como en la experiencia del autor en más de veinte años como profesor universitario, investigador y consultor en turismo. El trabajo intenta explicar cómo estos problemas conceptuales, afectan negativamente la formación en turismo, al preparar a los estudiantes para algo que está alejado de la realidad turística; y provocan que se investigue sobre; turismo sostenible, turismo residencial y otros supuestos conceptos cuyas definiciones, más que polémicas no son claras o carecen de un sentido acorde con la realidad. Una conceptualización adecuada debe acercar la teoría del turismo a la realidad que pretende explicar, lo que ayudaría a una mejor planificación y gestión de la actividad turística, reduciría sus impactos negativos y contribuiría a su mejor aprovechamiento económico y social.

Palabras clave: Conceptualización, formación, investigación, limitantes.

The work is based on the analysis of articles and research that address the problems of conceptualization in the field of tourism knowledge, as well as the author's experience in more than twenty years as a university professor, researcher and tourism consultant. The work tries to explain how these conceptual problems, they negatively affect tourism training, by preparing students for something that is far from the tourist reality; and cause to be investigated about; sustainable tourism, residential tourism and other supposed concepts whose definitions, more than controversial are not clear or lack a sense in accordance with reality. Appropriate conceptualization should bring tourism theory closer to the reality it aims to explain, which would help to better plan and manage tourism activity, reduce its negative impacts and contribute to its better economic and social exploitation.

Keywords: Conceptualization, training, research, limitations

Introducción.

La discusión con mis estudiantes durante las clases, en las sesiones de investigación, en las defensas de las tesis y en los talleres con empresarios y funcionarios; me ha llevado a analizar las consecuencias de los problemas conceptuales del turismo en el eficaz desarrollo de estas tareas y sus potenciales consecuencias para la actividad turística.

Existe una coincidencia casi general entre los científicos de que los conceptos son esenciales para el desarrollo de cualquier campo del conocimiento, y por eso dedican una especial atención al proceso de identificación y desarrollo de estos. No ocurre así en el caso del turismo. Se supone que este cuenta con un amplio campo conceptual. Pero desde el propio concepto de turismo no se cumplen los requisitos para que un concepto pueda ser catalogado como tal en el campo del conocimiento científico.

Objetivo.

Identificar casos que muestran como los problemas conceptuales del turismo pueden generar dificultades en la enseñanza y la investigación turística y el desarrollo del turismo.

Metodología.

Este es un estudio exploratorio que consistió en revisar la literatura en busca de publicaciones que expusieran los problemas conceptuales del turismo y su afectación a la enseñanza, la investigación y el desarrollo de la actividad turística. Se encontró que este tipo de trabajos son escasos. Asimismo, se revisó la conceptualización base de una ley de turismo y se analizó como los problemas conceptuales presentes en la misma pueden limitar su aplicación en la práctica.

Resultados.

“Quiénes primero conceptualizaron el turismo fueron los hablantes de la primera mitad del siglo XIX” (Muñoz de Escalona, F. (Julio, 2004)) Y agrega el autor; “Ellos dieron una interpretación espontánea a la presencia en ciertos lugares de un nuevo tipo de viajero, el que viaja gregaria y estacionalmente sin ninguna obligación de hacerlo”. Y más adelante, al señalar como aparece el término turista, expone; “Ya bien consolidada la interpretación popular como fenómeno social provocado por la masivamente coincidencia en lugares seleccionados de los viajeros a los que se llamó turistas, los estudiosos la hicieron suya sin criticarla, incluida la denominación”.

Actualmente van acumulados más de cien años de discusión entre los estudiosos; desde los pioneros europeos del siglo XIX, hasta los numerosos investigadores británicos, latinoamericanos, estadounidenses, australianos y de otros países que hoy, a fines de la segunda década del siglo XXI siguen tratando de lograr una definición de turismo que sea acertada y aceptada por todos.

La problemática actual (El caos terminológico del turismo)

Como muestra de esta situación expondremos algunos planteamientos. El antropólogo argentino Maximiliano Korstanje, plantea en su trabajo; “Turismo: un nuevo enfoque disciplinario para la enseñanza académica” (2009) que; “existen dos grupos bien distintos a la hora de definir al turismo; uno de ellos (el más conocido) adquiere una naturaleza acumulativa, toma por supuesto varias estructuras y las junta en forma indistinta.”, y “El otro grupo, el exhaustivo, hace referencia a una definición crítica y científica del término. En realidad, no por lo que incluye sino por lo mutuamente excluyente.” Para este autor no hay una definición de turismo sino dos; que además no se logran integrar de forma armoniosa.

Otro planteamiento que denota los problemas conceptuales del turismo es el de (Coles*, T., Duval, D. T., & Hall, C. M. (2005)): “Concluimos con la convicción de que estamos en el comienzo de un cambio de paradigma en los estudios del turismo, un cambio gracias al cual el turismo ya no es conceptualizado como hecho aislado sino incrustado, y por tanto mejor entendido, en un espectro más amplio de las movilidades humanas.” O sea, que según estos autores la conceptualización del turismo necesita cambiar, lo que implica que la actual no es adecuada o no es suficiente o no es correcta.

Y de igual forma en otros trabajos se encontrarán las quejas de que el turismo tiene tantas definiciones como autores existen; e innumerables planteamientos similares. Podríamos resumir esta situación con una frase tomada de “Ciencia de la hospitalidad: un nuevo aporte epistémico para comprender el objeto del turismo” (Korstanje, 2013. Pág. 2); “En la actualidad, los mismos turismólogos reconocen los problemas del turismo para lograr salir de los paradigmas que no permiten un avance sustancial de la disciplina. En lugar de consensuar las bases epistémicas necesarias para crear un objeto unificado de estudio, la turismología ha recurrido a diversos paradigmas externos provenientes de otras disciplinas. Después de tantos años de trabajos ininterrumpidos, no queda claro aún ni que es el turismo, ni que estudia la turismología.”

La falta de una definición de turismo que se acerque a la realidad que pretende describir, genera un caos terminológico de proporciones respetables, con repercusiones en la enseñanza, la investigación y acciones destinadas al desarrollo del turismo (legislación, políticas públicas). La ausencia de ese concepto ha propiciado una “moda” en el marco de la cual, se “crean” las definiciones que cada uno considera; sin tener en cuenta las normas más elementales de la lengua, de la ciencia y de la lógica.

Por eso encontramos en revistas, libros, periódicos y otros medios, todo tipo de turismos. Algunos tan ambiguos, que en ellos cabe cualquier actividad. La mayor parte marcados por un verbalismo llevado al extremo. Este caos terminológico; consiste en términos que suenan interesantes, llamativos, (“turista sostenible”, “turismo sostenible y medioambiental”, “turismo vivencial”) pero carentes de la originalidad pretendida y de objetividad.

Una de las intenciones de esta “labor creativa” de generar cada vez un nuevo “concepto” puede ser la de buscar nombres que muestren las “cualidades” del turismo. Esas cualidades al final son ficticias, porque se quedan en el nombre. Un nombre bonito e interesante no hará mejor al turismo si no está basado en la realidad; sólo será eso, un nombre bonito. Para hacer mejor al turismo hay que trabajar en producir un mejor turismo y para eso hacen falta conceptos objetivos, realistas.

Un ejemplo es el concepto de geoturismo, que según National Geographic es; “Un turismo que sostiene o enriquece el carácter geográfico de un lugar y su ambiente, patrimonio, estética, cultura y el bienestar de sus habitantes”. ¿Es esta otra forma de decir “turismo sostenible”? Así lo indica lo subrayado; eso es lo que pretende el turismo sostenible; conservar y/o mejorar el ambiente, lo económico y lo social de un territorio. Además, pretende “cambiar” el uso de un término tan antiguo y usado como “geo”; que como sabemos significa “Tierra”. Geoturismo debe entenderse como “turismo en la tierra” o “turismo de la tierra”; todo lo cual no tiene sentido, al menos hasta hoy; pues todo el turismo se hace en la Tierra.

Las consecuencias.

Una conceptualización que no queda clara genera deficiencias o insuficiencias de diferentes tipos, que no abonan a la calidad de la enseñanza, a una mejor investigación, ni al adecuado progreso del turismo. Después de revisar la información compilada, seleccionamos algunos casos para fundamentar nuestro planteamiento.

La Ley 835.

Todas las leyes sobre el tema turístico tienen la intención de impulsar el desarrollo de este. Sin embargo, la base conceptual de una norma jurídica es de vital importancia para el adecuado cumplimiento de los objetivos propuestos. Pero en el caso de la legislación turística, los problemas conceptuales, pueden crear serias dificultades a la hora de implementar la normativa. Un ejemplo de esto es la Ley N°. 835. Ley de Turismo Rural Sostenible de la República de Nicaragua. La que en su objeto; expresa:

“Artículo 1. **Objeto de la Ley.** La presente ley tiene como objeto promover la formulación e implementación de directrices y acciones que contribuyan al desarrollo del turismo en los territorios rurales del país con un enfoque de desarrollo sostenible.”

El objeto nos parece adecuado y bien enfocado. Pero, al leer el contenido de la ley surgen dudas sobre las posibilidades reales de que esta pueda cumplir con este fin; debido a los problemas presentes en los conceptos que constituyen la base que debe guiar a los encargados de formular las directrices y acciones contribuirían al desarrollo del turismo en los territorios rurales del país.

Los problemas comienzan desde el Capítulo I. Disposiciones Generales. El Art. 8. de este Capítulo I, tiene por título; Clasificación de los servicios turísticos. En este artículo se mezclan tipos de alojamientos (posadas rurales), con actividades (talleres gastronómicos), con lo que habitualmente se define como “tipos de turismo”; bajo la definición de “servicios turísticos”. Servicios turísticos que no coinciden con la clasificación de la Organización Mundial del Turismo, en la que se habla de: servicios de alojamiento para visitantes, servicios de provisión de alimentos y bebidas, servicios de transporte, entre otros.

Es fácil entender que esto genera confusión, sobre todo cuando, por ejemplo, en el caso del Turismo de aventura; que debería ser un servicio turístico según el título del artículo, pero al final resulta ser “Personas Naturales o Jurídicas”. A continuación, copiamos de la ley (la cursiva es mía), tres de los clasificados como “servicios turísticos”, con el fin fundamentar lo expuesto anteriormente y para poder ilustrar el análisis siguiente.

“Turismo Cultural: *movimientos de personas para satisfacer la humana necesidad de diversidad, multiculturalidad e interculturalidad*, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, (...).

Turismo de Aventura: *Personas Naturales o Jurídicas, que se dediquen a prestar profesional y comercialmente al público en general servicios de esparcimientos y actividades recreativas (...).*

Turismo Deportivo: *Conjunto de actividades de ocio y placer dirigido a la práctica de deportes de aprovechamiento de caza o pesca (...).*”

El primer problema está en la forma en que se definen estos servicios; que son tres “tipos de turismo”; al menos eso parecen indicar los nombres: turismo cultural, turismo de aventura, turismo deportivo. Pero a la hora de definirlos, cada uno consiste en un aspecto distinto. Aquí habría que preguntarse; ¿cuál de esas tres cosas es turismo?

El título del artículo plantea que lo que se expone en el mismo es la “clasificación de los servicios turísticos”. Carmen Caro-Castro (2010), en un trabajo titulado “Las clasificaciones bibliográficas: de los estantes a la web”, plantea que; “El acto de clasificar consiste en el proceso dicotómico de distinguir cosas u objetos que poseen cierta característica de aquellos que no la tienen y agrupar en una clase los que tienen una característica o propiedad común”. De nuevo estaríamos en presencia de la necesidad de una pregunta; ¿cuál es la “característica o propiedad común” que tienen estos tres turismos para ser clasificados como servicios turísticos?, pero, además, si los tres se llaman turismo; ¿no deberían tener alguna característica común como tales?

Esa situación crea confusión en los estudiantes y limita la adecuada orientación de sus esfuerzos en el área de la investigación. Además, dicha ley está enfocada en propiciar el mejor desarrollo del turismo, pero no queda claro si lo que se debe apoyar es el movimiento de las personas, actividades de ocio y placer o las personas naturales y jurídicas. ¿O todas? Y estos no son los únicos casos con problemas similares dentro de la ley.

En cuanto a los estudios analizados; el primero que presentamos corresponde a la tesis de maestría “Desarrollo turístico y desarrollo local: La competitividad de los destinos turísticos de sol y playa” de Cristina Varisco (2008), presentada en la Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. La autora en el desarrollo de la teoría de su trabajo plantea lo siguiente:

“La noción de desarrollo turístico se asume intuitivamente al punto en que siendo una de las expresiones más utilizadas en la literatura académica de la disciplina, son escasos los autores que proponen una definición para este concepto.” (...). “En este capítulo se

procura revisar estas nociones con el objetivo de visualizar algunos de sus supuestos, que por estar muy arraigados y ser motivos de aceptación acrítica, se difunden en buena parte de la producción académica disciplinar, y se trasladan a la acción, sin que sus objetivos de desarrollo se cumplan, cuanto menos, conforme a las expectativas puestas en la acción.” Varisco, Cristina. (2008). (Pág. 60)

En el trabajo de la Dra. Celeste Nava Jiménez y el Dr. Marcelino Castillo Nechar (2017); “Actualidad de la teoría crítica en los estudios del turismo”, en la Tabla 3, reseñan un trabajo de Raoul V. Bianchi (The “critical turn” in tourism studies: A radical critique (Tourism Geographies, vol.11, n.º 4, 2009). Dentro de los aspectos destacados en el resumen está el siguiente; “El énfasis en el turismo, entendido como un sistema de consumo más que como uno de producción, ha eclipsado la política económica turística.”

Este planteamiento permite reflexionar sobre un tema tan importante como el de la política económica turística, la que según diferentes autores; se debate entre ser un instrumento público para combatir la pobreza o una nueva forma de colonialismo en los territorios turísticos de los países en desarrollo.

Y su análisis podría contribuir a explicar porque tantos países en desarrollo poseen una “ley de incentivos a la industria turística”, que en vez de ser un mecanismo de desarrollo se convierte en un instrumento para la explotación de los trabajadores, las comunidades y el ambiente de esos países. Y todo por considerar que el turista lo es todo, lo primero y lo único que hay que priorizar; al partir de esa conceptualización que entiende al turismo sólo como consumo, pero no como producción.

Entre los trabajos consultados para elaborar el presente; destaca el del Dr. Hugo García Andreu, Profesor de la Universidad de Alicante, porque aborda uno de los grandes temas polémicos en el campo del turismo; el llamado turismo residencial, y precisamente desde el punto de vista de los problemas que genera la conceptualización de este. Dicho trabajo tiene por título; “Un acercamiento al concepto de turismo residencial” (2005).

Leí muchas veces esta parte del trabajo del profesor García, buscando la forma de insertarlo sin necesidad de hacer una cita extensa, pero al fin me convencí de que lo planteado por él no podría ser sustituido por ninguna explicación mía.

“Ante la mencionada situación de creciente complejidad en las formas de movilidad relacionadas con el turismo que están teniendo lugar en las sociedades occidentales, una de las líneas en las que debe materializarse este esfuerzo es en la identificación de

aquellas formas que se correspondan con el turismo. Y la razón es bien sencilla. En primer lugar, la manera que tiene el ser humano de interpretar la realidad es a través del lenguaje. Luego, las definiciones son abstracciones de la realidad en soporte lingüístico, constituyendo una muestra simplificada de la misma, que será el material a partir de la cual articulemos el pensamiento y tomemos decisiones. De acuerdo con estas premisas, si definimos una realidad con un concepto que no es el adecuado, habrá una gran distancia entre la realidad y lo que nosotros consideramos que es. La consecuencia será que pensaremos y tomaremos decisiones en base al concepto y lo aplicaremos a una realidad que nada tiene que ver con el concepto sobre el que se han basado. Es decir, si definimos una situación dada como turística cuando ésta no lo es, le estaremos atribuyendo aspectos que de hecho no tiene. De esa manera, acabaremos poniendo en práctica medidas de actuación que no responderán a las necesidades reales, cayendo en saco roto, e incluso consiguiendo efectos no deseados, como consecuencia de que la muestra en lenguaje con la que se trabaja no responde a la realidad. Por ello la correcta conceptualización de una realidad concreta es de vital importancia, ya que es la muestra del objeto de conocimiento.

El Turismo Residencial es una modalidad de turismo que presenta la situación mencionada anteriormente. (...). A pesar del uso generalizado que presenta, no existe consenso en cuanto a la realidad que define, por lo que dicho término es aplicado para identificar diferentes realidades con significativas diferencias, tanto en lo que se refiere a la oferta como a la demanda.”

“Consecuentemente es necesario que se aclare qué situaciones denominadas como Turismo Residencial realmente lo son.” Y a eso dedica el citado estudio.

Otro caso muy ilustrativo, es el expuesto por el Dr. Diego A. Barrado Timón, catedrático de la Universidad Autónoma de Madrid, en el trabajo; “El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial”. Después de presentar un resumen de las principales implicaciones espacio-territoriales del turismo, el autor se centra en señalar la problemática existente acerca del concepto de destino turístico. de la cita,

“Las diferentes aproximaciones al concepto de destino.

De acuerdo con lo arriba señalado, el concepto de destino como ámbito de cruce entre lo sectorial y lo territorial es de gran importancia para la comprensión del turismo. Pero además de su interés analítico existe otro eminentemente práctico, dado que gran parte

de los retos del sector, desde la competitividad hasta la sostenibilidad, se juegan en esa realidad del destino en (...).

Pues bien, a pesar de su trascendencia aún no se ha conseguido una interpretación definitiva del concepto. De hecho, recientemente se apuntaba en un número de la revista *tedQual* editada por la Organización Mundial del Turismo (2), que resultaba sorprendente que este «espacio local de la actividad turística cuya importancia es a todas luces innegable, permanezca en una tiniebla relativa desde el punto de vista conceptual y analítico» (WTO, 2002, 7). Efectivamente, el destino sigue presa de una indefinición de la que se derivan no sólo problemas interpretativos sino también de planificación y gestión". (Barrado, (2004) Pág. 50)

Un ejemplo más de los problemas que enfrentan las actividades vinculadas al turismo, en este caso, dos tan importantes para la sociedad como la planificación y la gestión.

Conclusiones.

- El actual caos terminológico imperante en el turismo tiene repercusiones negativas en la enseñanza técnica y universitaria, en la investigación y en la implementación de acciones de desarrollo turístico.
- Trabajos como los desarrollados por el Dr. Barrado Timón y el Dr. García Andreu son indispensables para ir alcanzando las precisiones conceptuales necesarias para que la enseñanza, investigación y desarrollo del turismo se hagan de las maneras más adecuadas posibles, con los consiguientes beneficios sociales que ello implica.

Bibliografía:

- Barrado Timón, Diego A. El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial. *Estudios Turísticos*, n.º 160 (2004), pp. 45-68
- Caro-Castro, Carmen. (2010) "Las clasificaciones bibliográficas: de los estantes a la web" *TABULA*, No. 13, pp.11-23. Recuperado de: https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/121954/1/ccaro_clasificaciones_bibliograficas.pdf
- Coles, T., Duval, D. T., & Hall, C. M. (2005). Sobre el turismo y la movilidad en tiempos de movimiento y conjetura posdisciplinar. *Política Y Sociedad*, 42(1), 85 - 99. <https://doi.org/>-

- García, H. (2005) "Un acercamiento al concepto de turismo residencial". En MAZÓN y ALEDO. (Eds.) *Turismo residencial y cambio social: nuevas perspectivas teóricas y empíricas*. (Pp. 55-70). Alicante: Ed. Aguaclara. ISBN: 84-8018-264-4
- INTUR. Boletín de Estadísticas de Turismo. Año 2016. No. 27. Gobierno de Nicaragua. Recuperado de: https://www.intur.gob.ni/wpcontent/uploads/2017/05/Estadisticas_de_Turismo-_2016.pdf
- Korstanje, M. (junio / junho 2009). Turismo: un nuevo enfoque disciplinario para la enseñanza académica. TURyDES. Vol 2, N° 5. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/05/mk2.htm>
- Korstanje, M. (2013). Ciencia de la hospitalidad: un nuevo aporte epistémico para comprender el objeto del turismo. Editado por la Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso para eumed.net. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1331/1331.pdf>
- Korstanje, M. (2014) NUMERO ESPECIAL: HACIA UNA EPISTEMOLOGIA DEL TURISMO. Editor Invitado- Guest Editor. Universidad de Palermo, Argentina. International Society for Philosophers, United Kingdom. Recuperado de <https://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/Epistemologia-Tiempo%20libre.pdf>
- Ley N° 835 "Ley de Turismo Rural Sostenible de la República de Nicaragua", publicada en la Gaceta Diario Oficial No. 45 del 8 de Marzo del año 2013. Recuperado de: <http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/b92aaea87dac762406257265005d21f7/1b7fc65e5ae3c6bc06257b42007360c6?OpenDocument>
- Muñoz de Escalona, F. (2004) ¿Es diferente el turismo? En Contribuciones a la Economía. Recuperado en: <http://www.eumed.net/ce/2004/fme-turisciencia.htm>
- Muñoz de Escalona, Francisco. (2003). El turismo explicado con claridad. Recuperado en: <http://www.librosenred.com/libros/elturismoexplicadoconclaridad.html>
- Nava, C. y Castillo, M. (2017). Actualidad de la teoría crítica en los estudios del turismo. *Turismo y Sociedad*, XX, pp. 49-74. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n20.03>
- Varisco, Cristina. (2008). Desarrollo turístico y desarrollo local: La competitividad de los destinos turísticos de sol y playa. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales. Universidad de Mar del Plata. Recuperado de: http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf

CARACTERIZACION SECTORIAL DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN TURISMO DE COLOMBIA. RIESGOS QUE LIMITAN EL EMPRENDIMIENTO Y LA COMPETITIVIDAD

Dr. Luis Rubén Pérez Pinzón¹

Resumen

El reduccionismo laboral y operativo con el que se asocian las profesiones asociadas con el turismo en Colombia, evidencian profundas carencias en la identidad profesional y la unidad gremial de los profesionales universitarios. El interés por profesionales extranjeros y las altas tasas de desocupación hacen necesario cuestionar cuáles son los procesos de formación, proyección, emprendimiento y empoderamiento profesional que desde las facultades de educación superior se promueven, los estándares de calidad reclamados por el sector patronal y gremial, y en especial, el cuestionamiento de las autoridades turísticas a la falta de competencias y compromiso laboral de las nuevas generaciones de egresados.

La ponencia hace parte de los proyectos de investigación en curso asociados a la Red Iberoamericana de Investigadores en Educación Superior en Turismo (Coodestur) y corresponde a una reflexión acorde con el enfoque cualitativo de investigación. Para ello se hace una interpretación comparada de los planes sectoriales de turismo de Colombia y los problemas formativos de las universidades públicas de 2008 a 2018. Finalmente, se demuestran las deficiencias y problemas de la educación superior denunciadas por las autoridades turísticas y gremiales, así como las alternativas periódicas de mejora propuestas para mejorar la competitividad del capital humano de los turismólogos.

Palabras claves: Turismo, plan sectorial, educación superior, Colombia.

Abstract

The labor and operational reductionism with which the professions related to tourism in Colombia are associated, show profound deficiencies in the professional identity and union of university professionals. Interest in foreign professionals and high unemployment rates make it necessary to question what are the processes of training, projection, entrepreneurship and professional empowerment promoted by higher education faculties, the quality standards demanded by the employer and union sector, and especially, the questioning of the tourism authorities to the lack of competences and labor commitment of the new generations of graduates.

This paper is part of the ongoing research projects associated with the Ibero-American Network of Researchers in Higher Education in Tourism (Coodestur) and corresponds to a reflection in accordance with the qualitative research approach. To this end, a comparative interpretation of the tourism sector plans of Colombia and the training problems of public universities from 2008 to 2018 is made. Finally, the deficiencies and problems of higher education denounced by the tourism and union authorities are demonstrated, as well as the periodic alternatives of improvement proposed to enhance the competitiveness of the human capital of tourism scholars.

Keywords: Tourism, sectorial plans, higher education, Colombia.

1. INTRODUCCIÓN

¹ Departamento de Estudios Socio-humanísticos, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia. Tutor del Semillero de Investigación en Emprendimiento Cultural de la Universidad Industrial de Santander. lperez14@unab.edu.co

Las profesiones asociadas o tituladas como parte del sector “turismo” han sido concebidas de forma tradicional para que los egresados universitarios sean incorporados como mano de obra en los hoteles, agencias de viaje u operadores turísticos especializados. Esa condición instrumental de los administradores, gestores y estudiosos del turismo limita los alcances de las nuevas generaciones de universitarios, que encuentran en el turismo un campo para el desarrollo de procesos interdisciplinarios que promueven actividades de perfeccionamiento de la enseñanza-aprendizaje, la investigación formal o aplicada, la creación de nuevos emprendimientos culturales, así como proyectos de extensión y prácticas sociales que inciden en el desarrollo comunitario (Pérez, 2017a).

El reduccionismo laboral y operativo con el que se asocian las profesiones asociadas con el turismo evidencia profundas carencias en la identidad profesional y la unidad gremial de los profesionales universitarios. Y consigo, se hace necesario cuestionar cuáles son los procesos de formación, proyección, emprendimiento y empoderamiento profesional que desde las facultades de educación superior se promueven, al imperar el pragmatismo técnico y tecnológico antes que la fundamentación teórico-conceptual y la proyección social del conocimiento turismológico promovido y generado desde las aulas, por medio de proyectos, núcleos integradores, prácticas semestrales y trabajos de grado (Pérez, 2017b). Esa dualidad entre deber ser y el poder hacer de los profesionales que desde diferentes carreras desarrollan actividades laborales asociadas al turismo, a la par de los egresados que en sus diplomas de grado cuentan con una mención asociada a sus habilidades para desempeñarse en cualquier actividad del sector turístico, ha propiciado la conformación de artículos, mesas de trabajo, simposios y redes de investigación cuyo propósito son el análisis en profundidad de la “[...] identidad profesional en turismo y sus implicaciones socio-productivas, como su valoración, empleabilidad y movilidad profesional” (Duarte, Paula y Costa, 2017). Siendo la “Red Iberoamericana de Investigadores en Educación Superior en Turismo” (COODESTUR), adscrita a la “Red Internacional de Investigadores en Turismo, Cooperación y Desarrollo” (COODTUR), avalada por la Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrados (AUIP), ejemplo reciente de esos esfuerzos hemisféricos por redimensionar las competencias de cada profesión antes que los perfiles ocupacionales o los campos de desempeño estacionales de cada oficio.

Desde la perspectiva de la sociología de las profesiones aplicada al sector turismo, las investigaciones sobre identidad profesional tienden a limitarse al estudio del mercado laboral, las características de las instituciones de educación superior que ofertan programas profesionales en turismo afines al mismo o relacionables desde las ciencias sociales y administrativas. Aunado a ello, se enfocan también en las tendencias en el número y tasa de ocupación de los profesionales egresados y los estudiantes en formación profesional, generándose así percepciones, concepciones y juicios diferentes entre los sectores patronales, las instituciones educativas, los gremios profesionales y los estudiantes. Esto a su vez se refleja e impacta en las concepciones disímiles en cuanto a procesos de cualificación, inserción, trayectoria e identidad profesional que caracterizan a los turismólogos y su entorno (Duarte, Paula y Costa, 2017). Tradicionalmente, cuando se hace referencia al sector turismo, se consideran sólo las perspectivas y balances macroeconómicos en infraestructura, visitantes, generación de divisas y estado de satisfacción del visitante con la experiencia ofertada con cada “paquete turístico”, siendo desconocida y jamás mencionada la importancia de contar en cada destino o producto con profesionales en turismo debidamente capacitados y especializados en su campo de acción profesional,

acorde a un perfil de competencias formativas. Ejemplo de ello es el balance parcial de la industria del turismo en Colombia entre 2017 y 2018, al alcanzarse un crecimiento del 150% en comparación con las cifras al inicio del lustro, a la par del inicio de los

procesos de pacificación con el grupo armado más grande y temido del país (Dinero, agosto 2018).

Cifras a las que se suman la generación y oferta de nuevos productos turísticos de alto valor en lo concerniente a tipos de turismo diferentes al de sol y playa tradicionales, como son “[...]el turismo de naturaleza (ecoturismo, aviturismo), el turismo de deportes y aventura, así como turismo de negocios, turismo cultural, turismo de cruceros, turismo gastronómico y turismo de salud” (Dinero, agosto 2018), y en especial, el turismo de eventos y convenciones que ha logrado posicionar a ciudades intermedias como Cartagena o Medellín antes que a la capitalina Bogotá. Los indicadores turísticos de Colombia hacen suponer un incremento en la demanda de profesionales y especialistas en esos campos con mejores salarios y grandes oportunidades de crecimiento laboral, pero la realidad ha sido otra al primar el incremento en la prestación informal de servicios por empresarios que no cumplen con los requisitos ni los registros requeridos para su funcionamiento. Esto se evidencia en la evasión fiscal, la ausencia de responsables cuando se presentan accidentes e imprevistos, y de forma particular, el desconocimiento, irrespeto o no cumplimiento de los derechos laborales y las condiciones mínimas de seguridad social para los egresados universitarios que aceptan trabajar de forma indigna y sin contratos formales, sólo para obtener la experiencia y certificación reclamadas por los grandes operadores, agencias y cadenas hoteleras para los profesionales recién egresados.

La situación de indignidad e irrespeto laboral por la que pasan los profesionales del turismo en Colombia no son considerados problemas del sector turismo. Lo que pasa con los trabajadores del sector en cuanto a subcontratación o carencia de seguridad social no son considerados problemas estructurales, al ser evaluadas sólo las cifras sobre formalidad empresarial y los estimativos de ganancias y generación de divisas. Más aún, se minimizan y dispersan los problemas del sector turístico sólo a factores no asociables con el recurso y capital humano de cada empresa como son: “[...] Informalidad del sector, calidad en la oferta, bilingüismo, conectividad entre regiones y sostenibilidad ambiental” (Sierra, 2017). Las soluciones concebidas por los funcionarios públicos y los gremios dominantes se centran en procedimientos formales, como un mayor control y regulación con el Registro Nacional de Turismo, incremento en rutas aéreas, mejoramiento de las estrategias de promoción de los destinos y productos de interés internacional, especialmente de todo aquello asociable y comercializable como “turismo sostenible”. En lo concerniente al bilingüismo y las competencias profesionales de los operadores turísticos, se tienen diagnosticadas más no se presentan soluciones concretas a la necesidad de “[...] formar a 7,200 prestadores de servicios en toda la cadena en el país en el idioma inglés y así lograr destinos mejor preparados para recibir un alto flujo de visitantes internacionales” (Sierra, 2017).

Procesos formativos en los que el papel de las universidades y las facultades de turismo no son mencionados por los analistas económicos ni son una prioridad para las autoridades educativas, a diferencia de las carreras administrativas en las que el inglés técnico para hacer negocios es un campo y competencia formativa transversal durante el desarrollo de cada carrera. De allí que las autoridades turísticas y educativas hayan propuesto como prioridades del plan sectorial para la siguiente década: “la gestión integral de destinos, ordenamiento territorial, seguridad turística, gestión de los recursos del turismo y turismo responsable, una mejor infraestructura y conectividad”, quedado condicionados los profesionales nacionales a cumplir con sus propios recursos y medios con los “[...]altos estándares internacionales con énfasis en el bilingüismo y la atracción del talento” (Dinero, octubre 2018).

La reflexión que se presenta en las siguientes secciones describe la importancia que ha tenido la formación superior en turismo para la definición y desarrollo de las políticas públicas en turismo de Colombia, las proyecciones y planes de formación de los programas universitarios ofertados por las universidades públicas para articularse a las expectativas y proyecciones de los sectores gubernamental y gremial, los aportes

institucionales en promoción de la investigación, y finalmente, las apuestas regionales a través de procesos interdisciplinarios de formación y desarrollo turístico como ha sido el caso de las zonas francas para el turismo de salud en Santander.

2. OBJETIVOS

La comunicación presenta, en primer lugar, una interpretación comparada de los planes sectoriales de turismo de Colombia y los problemas formativos de las universidades públicas de 2008 a 2018. En segundo lugar, se describen las deficiencias y problemas de la educación superior denunciadas por las autoridades turísticas y gremiales para la formación de capital humano para el sector turismo. Finalmente, son planteadas las alternativas que de forma periódica son propuestas por la gobernanza turística para mejorar la competitividad del capital humano asociado con los turismólogos.

3. METODOLOGÍA

El estudio realizado corresponde a una reflexión acorde con el enfoque cualitativo de investigación, que en concordancia con sus fines y alcances es de carácter descriptivo. A partir de la interpretación comparada de los planes estratégicos de turismo de Colombia y los problemas formativos de las universidades públicas son contrastados los cuatro documentos oficiales titulados: Plan sectorial de turismo 2008-2010 “Colombia, destino turístico de clase mundial”; Plan sectorial de turismo 2011-2014 “Turismo: factor de prosperidad para Colombia”; Plan sectorial de turismo 2014-2018 “Turismo para la construcción de la paz” y, Plan sectorial de turismo 2018-2022 “Por un turismo que construye país”. Los resultados de la lectura crítica y el contraste argumental se presentan por medio de citas directas, así como se resaltan las propuestas de solución a los problemas formativos entre las autoridades turísticas y las autoridades educativas.

4. RESULTADOS

4.1 Planes sectoriales de turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit) de Colombia. La desarticulación entre las políticas y proyecciones turísticas promovidas por las autoridades gubernamentales asociadas a los gremios productivos con las acciones institucionales de proyección y adopción de esas metas sectoriales por las universidades, especialmente por las facultades de turismo de carácter público o estatal, ha sido una constante reafirmada durante el lustro de promoción turística que ya se cumplió y el lustro de desarrollo y expansión que se proyecta para el turismo cultural en Colombia desde la perspectiva de la “economía naranja” (Buitrago y Duque, 2013).

Es importante resaltar que esta situación tampoco fue considerada como prioritaria por la legislación nacional colombiana, ya sea en la Ley 60 de 1968 que determinó por primera vez “la importancia del turismo como generador de divisas, empleo y como industria fundamental para el desarrollo económico del país”, ni por la Ley 300 de 1996 que estableció al turismo como política y fuente de desarrollo de interés estatal para Colombia porque “[...]el turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial para las entidades territoriales, regiones y provincias y, debe contener los elementos que permitan fortalecer la competitividad del sector, con el objetivo de que el turismo encuentre condiciones favorables para su desarrollo en los ámbitos social, económico, cultural y ambiental” (Mincit, 2014, p. 5, 7). Los mejores ejemplos de esa polarización entre las visiones gubernamentales y las misiones y pretensiones universitarias se encuentran en los Planes Sectoriales de Turismo consecuentes a la reforma a la Ley de Turismo de 1996 (Ley 1101 de 2006), constituyéndose en las agendas de desarrollo de cada Gobierno Nacional de sus políticas y programas de

mandato durante cuatro años. El primer Plan Sectorial de Turismo para Colombia, formulado por el Gobierno Nacional, tuvo como principal aporte la definición de la “Visión 2020 del Sector Turismo” como parte de las acciones conmemorativas del bicentenario de independencia y soberanía republicana.

En esa visión se dispuso que para posicionar la actividad turística como una de las más importantes del desarrollo económico nacional se debía fortalecer la competitividad de los productos y destinos entre los sectores públicos nacionales y locales; la especialización regional y municipal de la oferta educativa acorde con la Ley de Turismo de 1996; la consolidación de una cultura turística con las comunidades vinculadas, posicionadas y preparadas para atender la demanda de “turistas de altos ingresos”; el trabajo mancomunado entre el sector público y los prestadores de servicios turísticos para consolidar una “cadena de valor amplia” de productos y destinos caracterizados por su calidad y diferenciación. En lo concerniente al recurso humano se esperaba contar con un personal bilingüe, con “altos niveles de calidad”, con una formación acorde a las exigencias del mercado, apoyado por procesos de investigación y desarrollo tecnológico para mejorar la toma de decisiones. Metas formativas en las que no es expresada de forma explícita el papel de las facultades de educación superior, públicas ni privadas, y consigo, no se asume la necesidad de procesos formativos universitarios para la preparación del capital humano anhelado, aunque se reconocía el problema más agobiante para los profesionales universitarios como es “[...]la alta rotación del recurso humano que trabaja en turismo y la frecuente volatilidad de las mismas instituciones”, tanto las formadoras como las rectoras del turismo regional (Mincit, 2008, p. 30-31).

Al ser prioritaria la consolidación de los procesos regionales de turismo para contar con productos destinos y mercados diferenciadores, el papel de la educación para el turismo se limitó a la estrategia y acción asociada con una “7. Educación para cimentar una cultura turística”, caracterizada desde entonces por el fomento y creación de programas de sensibilización turística e integración social a los planes de desarrollo turístico regional o local. Estos se integraban por: el programa “Colegios Amigos del Turismo”; fomento del bilingüismo a través del Servicio Nacional de Aprendizaje técnica y tecnológica del país (SENA) y no de las instituciones de educación superior; el uso de las TIC articuladas a los programas de formación en turismo; la participación comunitaria en la conformación de los sistemas de información turística y, estímulos para investigaciones en patrimonio cultural regional y desarrollo turístico, las cuales han sido de convocatoria pública y sin prioridades o prerrogativas para los centros y grupos de investigación turística de las universidades estatales (Mincit, 2008, p. 53-55). La cimentación de la “cultura turística” por medio de mejores procesos de formación, instrucción y educación se materializó en el “Plan indicativo de formación en turismo” (Mincit, 2009), concebido en 2005, formalizada su necesidad en el Plan Sectorial de 2008 y aplicables sus estrategias a partir de 2010. El propósito del Plan de Formación fue proponer: “[...]una serie de directrices estratégicas para lograr que este factor determinante de la competitividad pueda aplicarse de manera estructural en los diversos mercados laborales y en la gestión turística de los destinos y empresas del país, y que a su vez sea un elemento jalonador para la investigación, innovación y generación de conocimientos” (Mincit, 2009, p. 5).

Desde un conjunto de variables adecuadas a los sistemas educativos sectoriales y atendiendo la falta de personal cualificado para los puestos operativos y de servicio al cliente, el plan identificó las falencias en competencias laborales específicas por los profesionales egresados, cuyo diagnóstico por la Organización Mundial de Turismo (OMT) hacía necesario atender a debilidades sectoriales específicas en Colombia como: “[...]Falta de conocimiento y la práctica profesional del sector. Falta de conocimiento de idiomas incluyendo el inglés. Carencia de entrenamiento y/o capacitación permanente. Falta de entrenamiento para supervisión, es decir están enfocados únicamente en la parte operativa. Experiencia laboral y otros. Desconocimiento de la normatividad” (Mincit, 2009, p. 21). Esas debilidades fueron

adoptadas como estrategias, acciones y proyectos en los siguientes planes sectoriales por medio de un “sistema de gerenciamientos” entre sectores que mejorara las estrategias de comunicaciones, apoyo formativo y alianzas formativas estratégicas sistematizadas en el Sistema de Información Turística (SITUR). Con estos sistemas se evidenciaba que el principal problema formativo era la polaridad de visiones sobre lo que demanda el sector productivo y lo que oferta el sector educativo, y consigo, las deficiencias y brechas de los recursos humanos cualificados se debían “[...]en general, a la escasa coordinación y cooperación que existe entre el sector privado, las instituciones educativas y el sector público, lo que impide el necesario flujo de información para detectar las necesidades reales del sector hotelero y poder ajustar la formación tanto en las ocupaciones más demandadas como en las competencias apropiadas para estos puestos” (Mincit, 2009, p. 21).

La visión turística para el año 2020 fue reafirmada en el Plan Sectorial de Turismo del 2011 al considerarse que el turismo se había constituido en “el tercer renglón de exportaciones del país”, lo cual hacía prioritaria la definición de una oferta turística nacional caracterizada por la diferenciación regional de los destinos y la competitividad de los productos turísticos municipales, dando así prioridad al turismo cultural, de naturaleza y aventura sobre las ofertas en turismo de sol y playa a partir de unidades de planificación de cada destino, con énfasis en el destino comunitario. Para ello, fue nuevamente asumido el recurso humano para alcanzar esa prosperidad turística como un personal bilingüe, acorde a las exigencias del mercado y que toma decisiones a partir de la investigación y el desarrollo tecnológico al ser una de las falencias del país “la educación y formación del talento humano para el sector turístico”, cuyo efectos a corto plazo han sido el no desarrollo de productos turísticos competitivos e innovadores y la carencia o baja exigencia en los estándares de calidad para los prestadores y destinos turísticos (Mincit, 2011, p. 21, 23). La formación bilingüe fue condicionada a la certificación en competencias laborales en dominio de dos idiomas, así como al diseño de productos turísticos especializados, dándose prioridad al SENA antes que a las universidades, como institución encargada de los programas nacionales de capacitación. También se estableció de forma explícita que la investigación debía estar a cargo de los centros de formación al considerarse que para fortalecer las habilidades y competencias del talento humano, acorde a la demanda turística y la generación de empleo, se requería promover “[...]la investigación en materia de turismo, impulsada por las instituciones de educación y por el organismo rector del turismo en el país, teniendo como referente las tendencias actuales del turismo mundial” (Mincit, 2011, p. 11).

Al no ser explícita esa tarea como una labor de carreras profesionales de las instituciones de educación superior, la investigación podía ser realizada tanto por las instituciones de educación básica (programa “Colegios Amigos del Turismo”) como por los estudiantes no profesionales de programas técnicos y tecnológicos. También se dispuso que las investigaciones en turismo debían centrarse en temas específicos como: “el mercadeo, competitividad turística en las regiones y empleo”, a partir de estudios de mercado y satisfacción de turistas con los operadores turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo y desde un enfoque prioritario asociado con “la investigación e innovación de productos y servicios turísticos sostenibles” (Mincit, 2011, p. 30, 35). Con lo cual, no resultaban ya prioritarios los estudios en patrimonio cultural y desarrollo local fomentados en el plan sectorial anterior. Ejemplo de uno de esos estudios de mercadeo fue la convocatoria realizada por la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia a un “amplio grupo de expertos reconocidos, representantes de los diferentes sectores del turismo” para que plantearan sus requerimientos y aportes para la formulación del Plan Sectorial de Turismo 2011-2014 en lo relacionado con: institucionalidad; formación y capacitación; conectividad y diseño de productos turísticos (Mincit, 2011, p. 47). No siendo considerada entre esa agenda aspectos directamente relacionados con las facultades universitarias como eran perfiles

profesionales de calidad, planes de estudio acorde a estándares internacionales o productos e impactos de la investigación científica al desarrollo de productos estratégicos.

En el año 2014 fue aprobado y promocionado el tercer plan sectorial de turismo, que desde un contexto de pacificación y postconflicto con la guerrilla de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) hizo necesario reformular la visión bicentenaria del país para el año 2020 a una visión de pacificación y reconciliación que debería culminar en 2025, como parte de una “Colombia en paz, con equidad y educada”. Para tal fin, el turismo fue considerado un eje esencial para alcanzar esa visión al considerarse el siguiente panorama: “[...] entre el 2010 y el 2013, en promedio, el país ha sido destino receptor de más de 3 millones de viajeros extranjeros por año por motivos turísticos, y ha recibido por este concepto, US\$12,877 millones en divisas en el mismo período. Estas cifras ubican al sector turismo en el tercer renglón de exportaciones y el primero del sector terciario del país. Los resultados redundan en el reconocimiento de Colombia como líder regional en materia de turismo, y modelo para países emergentes” (Mincit, 2014, p. 5). Ese panorama de crecimiento y desarrollo turístico del país no fue suficiente para alterar la estructura de los planes sectoriales anteriores, siendo mucho más efímera y ambigua la participación de las instituciones de educación superior. Al ser la pretensión central del plan el posicionamiento de Colombia como destino turístico sostenible y sustentable, el interés gubernamental se orientó a la realización de acciones conjuntas con los mercados mundiales y nacionales, la industria de viajes y las instituciones encargadas de hacer del turismo “potenciador del desarrollo regional y constructor de paz” (Mincit, 2014, p. 32).

Las estrategias asociadas con el “turismo responsable y sostenible”, desde la perspectiva del turismo comunitario, requerían la gestión de los destinos colombianos a partir de “[...]estudios de impacto ambiental y cultural; uso responsable de los recursos naturales y culturales, generación y aplicación de indicadores de sostenibilidad ambiental, observatorios, apropiación social de buenas prácticas en turismo, estudios de capacidad de carga, campañas de sensibilización, comercio justo” (Mincit, 2014, p. 33-34), entre otras acciones para las cuales no se considera de forma explícita el papel de las universidades ni los profesionales universitarios. Las estrategias en “cultura turística” fueron orientadas a “la implementación de buenas prácticas turísticas, la educación y la generación de sentido de pertenencia”, siendo entendida la influencia de la educación, desde cada “Unidad de Normalización de Turismo Sostenible”, a partir de acciones educativas no formales como campañas de promoción turística en el ámbito nacional y la consolidación de programas directamente asociados con el sector turismo como son los: “Colegios Amigos del Turismo, la Red Turística de Pueblos Patrimonio, bilingüismo, Red de Puntos de Información Turística y Vivecolombia joven” (Mincit, 2014, p. 36-37). Siendo prioritaria la formación de orientadores turísticos nacionales capaces de consumir los productos turísticos internos, especialmente para la consolidación de las estrategias en “construcción de paz” por medio de regiones de “turismo y paz”, caracterizadas por el desarrollo del turismo comunitario con víctimas y victimarios reinsertados, mientras que el resto de los territorios debían planificar la diversificación de sus destinos por medio de Planes de Desarrollo Turísticos departamentales y municipales (Mincit, 2014, p. 38, 39).

Desde la perspectiva de las investigadoras redactoras del plan, mientras el país se caracteriza por la amabilidad popular en cada destino no se reconoce la eficiencia en la calidad de los servicios prestados por profesionales, evidenciándose además la recurrente contradicción y oposición entre los estudios técnicos sobre la demanda y la oferta de empleos turísticos esperados por los gremios frente a los estudios universitarios sobre la satisfacción laboral y salarial esperados por docentes y egresados (El tiempo, 2018). Lo cual ha conllevado a que, a falta de profesionales nacionales acordes a las competencias laborales demandadas se recurra a la

contratación de “altos ejecutivos” extranjeros, lo cual limita toda forma de desarrollo en la competitividad del recurso humano. Para afrontar esas brechas entre el sector académico y el sector empresarial, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo como entidad que preside el “Comité para la Formación y Capacitación en Turismo”, planteó la necesidad de afrontar las deficiencias en el capital humano formado para el turismo en Colombia al deberse alcanzar: los indicadores del ranking competitividad de la Industria de los viajes y el turismo del Foro Económico Mundial; los estándares internacionales en cuanto a competencias gerenciales y laborales; la calidad en los procesos de contratación entre quienes trabajan o aspiran a trabajar en el sector, y en especial, afrontar una problemática reiterativa entre los turismólogos colombianos como es “[...]la falencia en el manejo de idiomas extranjeros es notable y va en contravía de la competitividad” (Mincit, 2014, p. 42).

Para el próximo cuatrienio, el Gobierno Nacional que se posesionó desde agosto de 2018 ha concebido al turismo como la industria del “nuevo petróleo de Colombia”, que a partir del desarrollo de la megadiversidad biológica y cultural existente en el país, permitirá emancipar la economía de las divisas dependientes de la exportación de materias primas y monocultivos, así como del precio oscilante de las exportaciones de minerales estratégicos, especialmente el petróleo. Generándose así nuevas formas de empleo, condiciones de vida y procesos de transformación regional, a la par de la culminación de los acuerdos de paz y reconciliación asumidos por el Estado con las organizaciones insurgentes. Panorama sustentado por un crecimiento del sector en todas sus dimensiones al reportarse que entre 2011 y 2017 se registró el “[...] incremento en un 97% en las llegadas de viajeros internacionales, 52% en la generación de divisas, 19% en la creación de nuevos empleos y 74% en la incursión de nuevas empresas al sector, generando una oferta presente en alrededor de 281 municipios del territorio nacional” (Mincit, 2018, p. 5).

4.2 Alternativas de mejora de la Gobernanza turística. El turismo al ser instrumento esencial para la consolidación de la economía naranja, promovida como alternativa de desarrollo responsable y crecimiento sostenible del país, requiere ser fortalecido y consolidado a través de las líneas estratégicas promovidas para el sector desde 2008 como son la: Generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo; Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística del país; Más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo; Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo; Fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo e, Impulso al turismo interior (Pérez, 2018).

En lo concerniente al capital humano como eje central de las capacidades, competencias y recursos de todo proceso de desarrollo turístico, específicamente en las cuatro fortalezas del país (turismo de naturaleza, cultural, de reuniones y de salud y bienestar) y desde los principales factores de cambio de la industria (innovación, ambiente de negocios y herramientas de desarrollo productivo), se reconoce como primera acción a implementar lo referente al control y sanción de las diversas formas de informalidad que repercuten en el “empleo decente” y la dignidad de los profesionales al manipularse la formalización y estabilidad contractual, la valoración de las capacidades laborales, la remuneración salarial, la seguridad social, flexibilización temporal o estacional, así como las condiciones especiales de inclusión y perspectivas de género (Becerra, 2018).

Una segunda acción está directamente relacionada con intervenir y mejorar los procesos de formación de las universidades al ser creciente la “falta de talento humano formado en la industria del turismo”. Esa falta de talento de los profesionales universitarios está asociada con: las bajas tasas de bilingüismo en las pruebas y certificaciones nacionales; la falta de conocimientos especializados y de calidad para la prestación –regional- de los servicios turísticos y complementarios; los bajos índices de atracción y preservación de los empleos técnicos o gerenciales en turismo; las deficiencias, carencias o ausencias de pregrados y postgrados regionales en turismo debidamente acreditados por su alta calidad, así como factores consecuentes a los

procesos de formación y titulación universitaria de “fuerza laboral altamente calificada” como son: “la falta de atractivo y crecimiento profesional, baja remuneración frente a otras ramas de actividad económica, deficiencias en la oferta educativa, problemas de acceso, e insuficientes o inadecuadas prácticas y entrenamientos” (Mincit, 2018, p. 33).

Al ser las deficiencias académicas un desestímulo para el ejercicio profesional, sus efectos se evidencian en el mercado laboral al resultar evidentes las incompatibilidades entre las ofertas y habilidades de los turismólogos colombianos en comparación con los provenientes de otros países con mercados turísticos, especialmente los egresados de países integrantes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Ejemplo de ello es la carencia de certificaciones institucionales de alta calidad nacional e internacional para los programas universitarios por el Consejo Nacional de Acreditación ya que hasta 2017 existían “aproximadamente 86 programas de formación en turismo, de los cuales 34 pertenecen al nivel técnico profesional, 26 al tecnológico y 26 al profesional, de estos últimos, solamente 6 han sido acreditados en condición de alta calidad” (Mincit, 2018, p. 34).

5. CONCLUSIONES

Durante los diez años de planificación sectorial de la industria del turismo en Colombia comprendidos entre 2008 y 2018, se han logrado significativas transformaciones en cuanto al reconocimiento de los problemas y deficiencias de la formación de los profesionales, tecnólogos, técnicos y guías turísticos titulados o certificados por las universidades, así como la articulación de las acciones misionales de las instituciones de educación superior en cuanto a formación, investigación y extensión a las acciones responsables y los programas de desarrollo sostenible que deben caracterizar a un país que pretende centrar su economía en la exportación de servicios que promueven el fomento de su megadiversidad natural, cultural y científica.

Los primeros planes sectoriales cuestionaban las deficiencias del capital humano colombiano al denunciar sus falencias en bilingüismo, competencias acordes a las demandas del mercado y fomento de investigaciones acordes a las necesidades del sector, siendo la solución planteada el propiciar procesos de formación desde la educación básica por medio del programa “Colegios Amigos del Turismo” y la concentración de las habilidades bilingües y laborales en los procesos de capacitación y certificación del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), al ser inmanejable el problema recurrente del sector como era la alta rotación del recurso humano que trabaja en turismo y la frecuente volatilidad de las instituciones para determinar estándares de formación y contratación.

La primera y principal falencia que debía ser afrontada por todos los sectores involucrados ha sido la formación y certificación de profesionales con habilidades en idiomas extranjeros. Si bien esa meta sectorial no ha sido cumplida aún en el país, al sólo superar el 15% de los egresados de 2017 el nivel B de competencias en idioma extranjero (inglés), acorde al marco común europeo, el plan sectorial de 2018 ha remarcado la continuidad de los problemas en calidad del recurso humano desde 2008, así como han ampliado las problemáticas y limitaciones desde las facultades y aulas universitarias. Estas deficiencias conllevan a la pérdida de competitividad local, regional, nacional e internacional del turismo, promovido por los empresarios colombianos.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Becerra, L. (2018, 19 de septiembre). Los siete pilares del nuevo plan sectorial de turismo que presentará el gobierno. *Periódico La República*.
- Buitrago, F. y Duque, I. (2013). *Economía naranja. Una oportunidad infinita*. New York: Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Disponible en: <https://goo.gl/SVJhmv>

- Dinero (2018, 19 de octubre). Zully Salazar es nombrada como gerente del Fontur. *Revista Dinero*. Colombia.
- Dinero (2018, 13 de agosto). Turismo: La prometedor industria que no contamina. *Revista Dinero*. Colombia.
- Duarte, T., Paula, M., y Costa, M. (2017). Por una sociología de la profesión: la (in)definición de la identidad profesional en turismo y sus consecuencias sociolaborales. *Memorias del III Congreso Coodtur Turismo para el desarrollo local y la conservación*. Heredia (Costa Rica): Coodtur – Universidad Nacional de Costa Rica – Universidad Rovira i Virgili, 22-24 junio del 2017: mesa 2.
- Eltiempo.com (2018, 26 de septiembre). 'El turismo es el nuevo petróleo': Viceministro de Turismo. *Periódico El Tiempo*
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit) (2008). *Plan sectorial de turismo 2008-2010 "Colombia, destino turístico de clase mundial"*. Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit) (2009). *Plan indicativo de formación en turismo. Lineamientos para su implementación*. Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit) (2011). *Plan sectorial de turismo 2011-2014 "Turismo: factor de prosperidad para Colombia"*. Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Departamento Nacional de Planeación.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit) (2014). *Plan sectorial de turismo 2014-2018 "Turismo para la construcción de la paz"*. Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Departamento Nacional de Planeación.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit) (2018). *Plan sectorial de turismo 2018-2022 "Por un turismo que construye país"*. Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Pérez, L. (2017a). Efectos de la formación para la investigación turística en la consolidación de los programas profesionales en turismo. El caso de la Universidad Industrial de Santander (Colombia). *Memorias del III Congreso Coodtur Turismo para el desarrollo local y la conservación*. Heredia (Costa Rica): Coodtur – Universidad Nacional de Costa Rica – Universidad Rovira i Virgili, 22-24 junio del 2017: mesa 1.
- Pérez, L. (2017b). *Turismo cultural en Colombia*. Bucaramanga: Ediciones Universidad Industrial de Santander.
- Pérez, M. (2018). *Los 7 pilares del Plan Sectorial del Turismo para el PND*. Bogotá Convention Bureau.
- Sierra, J. (2017, 2 de marzo). Los cinco problemas que frenan el turismo en Colombia. *Periódico El Colombiano*. Medellín.

Currículo Trascendente y Disruptivo al compás de los cambios Y las tendencias del turismo.

Humanismo vs. Inteligencia artificial. Retos y respuestas de la
academia al nuevo turismo.

Prof. Msc. José Gregorio Angulo Rodrigues.

Universidad del Turismo. Costa Rica.

gregorioangulo@hotmail.com

Resumen Ejecutivo.

El trabajo se centra en la necesidad de abordar la modernización curricular de las carreras de turismo para darle sincronía y prospectiva a la realidad actual y a los cambios presentes y futuros del turismo; como consecuencia de la globalización, el paso avasallante de la cuarta revolución industrial y la presencia del cambio climático que están ejerciendo gran impacto en parte significativa de la población mundial. El turismo no escapa a este fenómeno; empresas, destinos, organizaciones y personas se enfrentan constantemente a nuevos retos: competitividad, maximización de satisfacción, minimización de costo y beneficios, eficiencia y eficacia, innovación y calidad. Esta realidad exige más y mejores capacidades para enfrentar no solo la especialización sino la más apremiante y seria amenaza, la sustitución del ser humano como factor productivo (robótica e inteligencia artificial).

En este contexto el currículo debe ser entendido como una potente herramienta disruptiva de cambio. El trabajo aporta estrategias para sistematizar un proceso de modernización disruptivo de diseño curricular, valora el costo de oportunidad de la academia al asumir la modernización del currículo, identifica las capacidades que definen los perfiles de egresos de los nuevos profesionales, reconoce el papel del mercado e identifica el proceso metodológico de diseño curricular.

Abstract

The work focuses on the need to address the curriculum modernization of tourism careers to give synchrony and foresight to the current reality and present and future changes of

tourism. This consequence of globalization, the overwhelming passage of the fourth industrial revolution, and the presence of climate change which are showing great part significant impact of the world's population. Tourism is no exception to this phenomenon; companies, destinations, organizations and people constantly face new challenges, competitiveness, maximizing satisfaction, minimization of cost benefits, efficiency and effectiveness, innovation, and quality. This reality demands more and better capabilities to deal with not only the expertise but the most urgent and serious threat, the replacement of the human being as a productive factor (robotics and artificial intelligence).

In this context, the curriculum is to be understood as a powerful disruptive change. The work provides strategies to systematize a disruptive process of modernization of curriculum design, evaluate the opportunity cost of the Academy to take the modernization of the curriculum, identifies the capabilities that define the profiles of disbursements of new professionals, recognizes the role of the market and identify the methodological process of curriculum design.

Palabras clave: inteligencia artificial, humanismo, sostenibilidad del destino, cuarta revolución industrial

Key words: artificial intelligence, humanism, sustainability of the destination, the fourth industrial revolution.

Introducción.

Este trabajo constituye una síntesis de una investigación que tiene como propósito generar un Modelo de Gestión de Currículo Universitario para la carrera o carreras estrictamente relacionadas con el turismo y la hospitalidad incluye; licenciatura y técnicos superior universitario o bachillerato universitario en Turismo, Turismo Ecológico, Agroturismo, Hotelería o Alojamiento, Gestión del Turismo sostenible, Administración de Empresas Turísticas, entre otras. Sobre la base de consideraciones operativas de eficiencia, adaptabilidad y flexibilidad y pertinencia conceptual y contextual a los constantes y acelerados cambio del entorno actual.

El origen de la investigación es la interacción con docentes, estudiantes de pre y postgrado y de las experiencias vividas con emprendedores, empleados, funcionarios, ejecutivos, gerentes y administradores de diferentes negocios y operadores turísticos del sector público y privado. En los que se observaban distanciamientos entre procesos,

estrategias y manejo de herramientas teórico prácticas entre lo que maneja la academia como ente generador de conocimiento y la gestión del conocimiento, el manejo de hechos y herramientas actuales por parte de los operadores y empresas del sector privado, que muestra cierta diacronía entre el producto académico de la universidad y el requerimiento del sector empleador.

Este hecho se acentúa al analizar las tendencias y los constantes cambios en los modelos de negocios, los modelos educativos y el espectacular avance de la robótica, la realidad virtual, la informática y las comunicaciones, que predicen la sustitución de factores productivos para hacer de la industria turística una actividad altamente competitiva y más eficiente operativamente en sus unidades de producción. Lo que conlleva, a que la academia genere respuestas y desarrolle mecanismos de acoplamiento y retroalimentación inmediata a la necesidad y tendencia de mercado.

Como acción académica a esta caracterización se plantea una investigación de campo que incluye los elementos de interacción y relación con los productos académicos de las universidades antes señalados (docentes, estudiantes de pre y postgrado y de las experiencias vividas con emprendedores, empleados, funcionarios, ejecutivos, gerentes y administradores de diferentes negocios y operadores turísticos del sector público y privado) partiendo de las principales universidades y colegios universitarios de Latinoamérica en donde se imparten carreras relacionadas con turismo.

Objetivos.

Objetivo General.

Generar un modelo de gestión de currículo universitario trascendente y disruptivo para las carreras relacionadas con el turismo y la hospitalidad que sea eficiente, adaptativo y flexible conceptual, técnica y contextualmente a los constantes cambios del entorno actual y futuro.

Objetivos Específicos.

1. Identificar los agentes y las condiciones del entorno que determinan la necesidad de cambio adaptativo y dinámico en los programas de estudio de turismo de las carreras universitarias.

2. Proponer una estrategia de gestión flexible del currículo como mecanismo de adaptación y retroalimentación eficiente entre los requerimientos del sector turístico y el producto generado por la academia.

3. Contribuir con la universidad a generar “productos académicos” competitivos y pertinentes conforme a las necesidades actuales y potenciales del sector turístico.

Antecedentes.

El turismo como actividad socio económica ha venido alcanzado cada día más importancia en el acontecer mundial, de hecho, cada vez sus resultados mundiales adquieren mayor relevancia cuando interanualmente en los últimos 20 años la tasa de crecimiento muestra incrementos promedios que se ubica en el 5%, y cada vez es mayor su participación en el PIB mundial, las exportaciones y los países que se incorporan como destinos turísticos.

Esta realidad no solo visible en cifras estadísticas, es palpable también en los impactos sobre la calidad de vida de muchas personas entre ellas el propio turista y el entorno humano en las comunidades anfitrionas. Por ello crece su interés no solo en realizar el viaje, sino además en instituciones gubernamental en promover políticas de desarrollo, en emprendedores que buscan inversiones satisfactorias y rentables, en comunidades que bajo integración organizan proyectos colectivos, así como instituciones educativas que abren carreras, inician estudios e investigación sobre esta actividad y se constituyen organizaciones público-privadas que aportan técnicas y herramientas de operación y gestión de la actividad.

Estos hechos junto al avance de las comunicaciones, los cambios en los estilos de vida, el cambio climático, el paso avasallante de la tecnología (cuarta revolución industrial) y la globalización han inducido cambios significativos sobre la actividad turística y ha hecho de esta una actividad dependiente de estos fenómenos globales, **donde la velocidad de cambio impone al sector productivo y a los destinos condiciones altamente competitivas en sus modelos de operación y gestión para enfrentar a un mercado cada vez más intervenido por la competencia, la eficiencia económica y el liderazgo especializado en productos.**

La dinámica actual plantea como reto alcanzar unidades productivas y destinos turísticos competitivos que sobrevivan a estos cambios, impone la necesidad de replantear el

modelo de gestión del turismo interviniendo en la **cadena de valor de la gestión del conocimiento**. Estrategia que debe ser planteada y desarrollada por la academia como parte de su misión universal y razón de ser; la investigación y el conocimiento como herramientas de transformación y desarrollo de la sociedad admitida como encargo social, en este caso la cadena de valor se expresa por el proceso educativo de formación profesional y/o de extensión, investigación y producción que se trasfiere del docente al estudiante – comunidad - sector productivo – industria, que supone debe alcanzar esos niveles de competitividad eficiencia y liderazgo.

Entre los cambios y las tendencias que vienen marcando una agenda disruptiva en empresas y destinos tenemos: 1. Creciente incorporación del concepto Destinos Inteligente y el empleo de alta tecnología de información con la consiguiente influencia inmediata de Big Data que permite una interacción y conexión en tiempo real con muy alta capacidad, 2. La Inteligencia Artificial (IA) con el propósito de crear máquinas que presenten características y habilidades similares a las del ser humano, **3. La acentuación de los Smartphones con el multiuso de aplicaciones** que hace de estos equipos algo personal y dependiente al ser humano (Los **FOMO**– Fear of Missing Out y los **JOMO**– Joy of Missing Out) además de su utilización como medio de difusión, información, comunicación y promoción de empresas y destinos, 4. La Súpersegmentación e importancia de contenidos basados en diferentes perfiles psicográficos de los distintos públicos objetivos, 5. El Mayor interés de los viajeros por analizar cómo destinos y proveedores turísticos tratan el tema de la sostenibilidad, la igualdad y la responsabilidad social, siendo estos temas claves en el manejo de políticas públicas y de gestión empresarial 6. Cambios en los estilos de vida que inciden en la demanda turística diversificándola, y además están generando un carácter Policonsumidor del turista actual y potencial, fenómeno que incide en la necesidad de estudiar el comportamiento del mercado y de conocer más al consumidor, 7. La Segregación o migración de la comunidad local, Turismofobia e inseguridad del turista, 8. La acentuación de la competitividad de destinos y de empresas, la aparición de zonas de mar rojo, la búsqueda de eficiencia y más capacidades, 9. La Transformación digital y nuevas tecnologías que obliga a destinos y empresas turísticas a trabajar en un entorno completamente digital y adaptarse a cambios tecnológicos disruptivos, 10. El Internet de las cosas y la presencia de la Tecnología móvil 5G, 11. Los Asistentes virtuales – bots y la Robotización; Lo que supone que el elemento fundamental será una mayor automatización de tareas y la

utilización de robots mucho más inteligentes, este último hecho presume además una sustitución del hombre por estos dos recursos.

Estos cambios y estas tendencias que se vienen suscitando en el mundo y su influencia en el turismo plantean un escenario de reacción y acoplamiento en empresas y destinos, crean la necesidad de orientar y direccionar mecanismos que permitan al sector productivo disponer de un modelo de gestión del conocimiento que haga frente de manera eficiente, ágil y pertinente a ese entorno cambiante y competitivo. Siendo el currículo una herramienta disruptiva fundamental con respuesta que permita entre otros aspectos: Sincronizar el producto académico con la evolución y la perspectiva del sector, acoplar la empresa turística a la evolución y al paso del mundo moderno y de la competitividad del turismo actual y, conectar al destino con pasos adelante hacia el liderazgo competitivo en los mercados globalizados, pero sobre todo debe ser el currículo una herramienta que garantice al futuro egresado su permanencia como factor empleado en el sector, ante la amenaza de sustitución que representa la aparición del robot y los asistentes virtuales. Objetivos estos que deben ser trazados, ejecutados, evaluados y retroalimentados desde y con el liderazgo de la academia con los distintos procesos y modalidades de socialización del conocimiento.

Metodología.

Esta investigación fue desarrollada bajo un mix metodológico sobre la base de la complementariedad y aplicabilidad de la investigación cuali-cuantitativa, incluyendo la triangulación con el uso de técnicas de investigación de **tipo proyectiva-factible**, así como de **investigación-acción**, apoyada en un trabajo documental y de campo. Tratando con esto de darle una orientación o sentido de totalidad como método y como estrategia que rompa el sesgo metodológico que muchas veces limita la calidad de sus resultados.

Es bueno recalcar, tal y como lo describe Hernández, Fernández y Baptista (2010), “La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades” (p. 544)

La investigación se llevó en las siguientes fases:

En la **primera fase** se definieron los países, las universidades y el perfil de las universidades a incluir como elementos de muestra. En este sentido los criterios fueron:

- Geográfico, incluyendo países solo de Latinoamérica, subdividido en América del norte, Centroamérica y el caribe y Suramérica.
- Países según importancia relativa como destino turístico. En este sentido se tomaron muestras en universidades de México, Costa Rica, Guatemala, Panamá, República Dominicana, Colombia, Venezuela, Uruguay, Paraguay, Argentina y Ecuador.
- Universidades con carreras universitaria en turismo o en áreas estrictamente relacionadas con el turismo y la hospitalidad con 10 o más años de funcionamiento, incluyendo las autónomas o públicas y las privadas.

La **segunda fase** de diseño, se marcó por la elaboración de instrumentos y la definición de la técnica de recolección de información. En este sentido los instrumentos fueron.

- **Instrumento 1.** Entrevista estructurada con 3 preguntas cerradas. Año de elaboración o modificación del actual programa de estudio vigente de la carrera de turismo o su afín que imparte la universidad, el nombre de la certificación o título obtenido por el estudiante y el periodo en el cual se comienza a implantar los cambios.
- **Instrumento 2.** Ficha resumen de análisis de malla curricular, perfil y competencias u objetivos de la carrera.
El método de recolección es a través de la red con los coordinadores de carreras o encargados del área académica.
- **Instrumento 3.** Encuesta al sector productivo (público y privado) profesionales o estudiantes egresados con más de 1 año y menos de 4 años de trabajo.

El método de recolección de información para el caso de los instrumentos 1 y 2 fué a través de las redes sociales y el portal de las universidades a los coordinadores de carreras o encargados del área académica. Para el caso del instrumento 3, fué a través de focus group y entrevistas abiertas.

La tercera **fase**, consistió en la aplicación de los instrumentos, la recolección y tabulación de la información preliminar, así como determinación del tamaño de la muestra y la aplicación progresiva de los instrumentos, al respecto se aplicaron 21 encuestas en 8 países que cumplen con las cualidades o categorías anteriormente

establecidas para el instrumento 1. Recolectándose y analizándose el instrumento 2 generado en la ficha resumen de análisis de malla curricular, perfil y competencias u objetivos de la carrera. En relación al instrumento 3, se viene recaudando información en cuanto a opinión de los actores citados en relación a retos y compromisos, competencias y necesidades de conocimiento y dominio de habilidades requeridas para tener la sincronía entre el producto generado por la academia y el requerido por el sector.

A este momento le sobreviene la tabulación de la información, el análisis e interpretación de resultados, la cual constituye el **cuarto momento**. Y finalmente el **quinto momento** en el que se genera un conjunto de propuestas en la construcción de un modelo de gestión de currículo universitario trascendente y disruptivo para las carreras relacionadas con el turismo y la hospitalidad que sea eficiente, adaptativo y flexible conceptual, técnica y contextualmente a los constantes cambios del entorno actual y futuro.

Resultados y/o conclusiones.

1. Menos del 20% de las universidades de América Latina incluidas en el estudio tienen programas de estudio en turismo y carreras afines actualizados con menos de 3 años de vigencia, en contraposición más del 23 % de las universidades incluidas mantienen programas de estudio con más de 10 años de vigencia.
2. Por otra parte, casi el 60% de las universidades latinoamericana mantienen programas de estudio en turismo o afines vigentes con más de 3 años y menos de 10. Cuyo promedio de actualización o vigencia es de 8 años.
3. El periodo de arranque y puesta en funcionamiento de los nuevos diseños actualizados en promedio es de 2,24 años. Periodo conocido en términos jurídicos como **Vacatio legis**. Es decir: desde que son concluidos y aprobados hasta cuando se inician formalmente.
4. En los perfiles profesionales o de egreso hay una alta caracterización en cuanto a competencias orientadas hacia el turismo convencional de sol y playa con

predominio del modelo de turismo fordista en la gran industria del alojamiento masivo. Aun cuando se presentan casos relevantes con titulaciones con la denominación de Turismo Ecológico presente en el 14% de las universidades incluidas en el estudio.

5. La respuesta ante cambios en el entorno universitario derivado de transformaciones e incorporaciones de modelos, métodos, estrategias, técnicas o tecnologías suscitados en el mercado turístico es muy lenta en su incorporación a los planes de estudio y en mucho de los casos hay resistencia al cambio o apatía en su incorporación.
6. La realidad y tendencias del turismo hacia la dependencia tecnológica marca la necesidad de equilibrar este fenómeno con el reforzamiento de conceptos del humanismo como humanismo científico (Wilson, 2006), biopedagogía (Cruz y Pardo, 2000) y Eco formación (Torre y Sanz, 2007). En un modelo flexible y eficiente de incorporación y cambios curriculares. por lo que la universidad "debe asumir los retos que se presentan y, respetando su historia y herencia, transitar hacia nuevos paradigmas, visiones y acciones más acordes con el mundo actual, para ayudarse y ayudar a la humanidad a encontrar nuevas formas de dialogar" (Badilla, 2012, p. 12).
7. El sector empleador (**33%**) demanda la actualización e incorporación de conocimientos que garanticen un mejor dominio en el manejo de herramientas y aplicaciones informáticas (App) y programa operativo en los distintos órdenes relacionados con la gestión de la empresa y de destinos turísticos (información, reservación, promoción, venta, comercialización, interpretación, etc.)
8. Desde el punto de vista de los profesionales egresados un aspecto que llama la atención **45%**, es la poca preparación en temas referidos a cómo enfrentar exitosamente los procesos y procedimientos utilizados por el sector empleador en la selección de personal, cuando carecen de experiencias para estas.

9. En las empresas de turismo receptivo la opinión es que el egresado debe tener más conocimientos en cuanto al manejo del turismo de bienestar y turismo accesible (18%) como formas de turismo que vienen incrementándose entre turistas.
10. En cuanto a las habilidades con mayor importancia: el 25% según el sector empleador están las referidas a la innovación y creatividad, segmentación y clasificación de mercados y potenciales clientes, así como las técnicas de venta.
11. Las actitudes y valores que el sector empleador ve con mayor atención: 42% son las que tienen que ver con pensamiento crítico constructivo y compromiso con la organización.
12. En cuanto a la inclusión de otros temas o materias en los programas de estudio, el sector empleador recomienda en general: emprendedurismo, técnicas de venta, herramientas informáticas alcanzando el 55% y las empresas de turismo receptivo un 35% se enfatizaron.
13. Los profesionales sugieren la necesidad de adicionar habilidades en análisis e interpretación financiera, primeros auxilios y situaciones de riesgo que de manera agregada alcanza el 55%, siendo también importantes las referidas a emprendimiento, Manejo actualizado de herramientas informáticas y redes sociales e innovatividad y creatividad.
14. Significativo es el aporte de los profesionales y egresados al sugerir la reducción de las horas presenciales por horas interactivas a distancia y la reducción de las horas teóricas a horas con orientación práctica aplicable y pertinente.
15. Los empleadores y profesionales coinciden en que el conocimiento contable de la operación de la empresa de alimentos y bebidas, es insuficiente. Así como lo es la preparación en áreas de Sommeliería, mixología y Barismo.

16. Los empleadores del área de alimentos y bebidas califican como de insuficiente el conocimiento en turismo de bienestar, nutrición y dietética en los egresados.
17. Los egresados en administración de empresas hoteleras demandan mayores habilidades en la gestión de marketing, planificación estratégica de hoteles y el manejo de app y programas operativos.
18. La realidad generalizada muestra programas de estudio rígidos y poco flexible a cambios y modificaciones inmediatas que puedan en periodos de corto plazo incorporar cambios significativos en materias y programas de estudio conforme a los cambios y necesidades del mercado.
19. Los perfiles se caracterizan por ser declaraciones de atributos y capacidades profesionales también rigurosas y conservadoras de una realidad en proceso de obsolescencia.
20. La caracterización y las tendencias de la actividad turística hace orientar los ejes formativos, transversalizados por tres bloques significativos: Epistemológico (teórico-conceptual), el axiológico fundado en la tecnología y el humanismo constituido por la ecoformación (la interdependencia entre "los seres humanos, sus valores, el medio ambiente y el pensamiento) como complemento y estrategia para enfrentar la tendencia de la robotización de la industria turística y de la hospitalidad. Es fortalecer el eje técnico ético como instrumento dual de aprendizaje y práctica profesional
21. Lo rápido de los cambios en el acontecer turístico y en su entorno exige mayor seguimiento académico y respuestas disruptivas en áreas de investigación, extensión y la propia docencia, se requiere una academia líderizando el sector y no una academia a la retaguardia del escenario turístico.
22. Uno de los principales retos que debe asumir el currículo es vencer los obstáculos de la experiencia y los procedimientos de ingreso a plazas de trabajo utilizados por el sector empleador para el caso de los nuevos profesionales del turismo.

23. El mayor compromiso de la academia en estos momentos de acelerados cambios es garantizar el liderazgo de la investigación, la permanencia del ser humano nuevo egresado como factor social insustituible en los procesos productivos y de servicio, inclusive en la práctica docente el cual también enfrentará los riesgos de su sustitución.

Bibliografía.

Alfaro, M; Badilla, E; y Miranda, X. (2012). *Hacia la Transdisciplinariedad en la docencia universitaria*. Actualidades Investigativas en Educación, 12, (1). Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.15517/aie.v12i1.10262>.

Arreola, J. (2019). *Siete tendencias tecnológicas para el 2019 (I)*. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/siete-tendencias-tecnologicas-para-el-2019-i/>.

Ávila Bercial, R., & Barrado Timón, D. A. (2005). *Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión*. Cuadernos De Turismo, (15), 27-44. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/18541>.

Bonilla, J. 2013. *Nuevas tendencias del turismo y las tecnologías de información y las comunicaciones*. Turismo y Sociedad. 14, (nov. 2013), 33-45.

Casarini, N. (2005). *Teoría y diseño curricular*. México: Trillas.

Driscoll, M.P. y Vergara, A. (1997). *Nuevas Tecnologías y su impacto en la educación del futuro*. Pensamiento Educativo, 21.

EuroAula. (2018). *Las 8 tendencias en turismo del 2018*. Recuperado de <https://www.euroaula.com/es/tendencias-turismo-2018>.

García L. R. (2019). *Tendencias en turismo 2019*. Recuperado de <https://www.aprendedeturismo.org/tendencias-en-turismo-para-2019/>

Gómez, A. (2012). *Educarse en la época digital*. Editorial Morata. Madrid, España.

Morín, E. (2007). *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

National Geographic. *10 tendencias gastronómicas en el mundo*. Recuperado de <https://www.ngenespanol.com/travel/10-tendencias-gastronomicas-en-el-mundo/>.

OMT. (2019). *Biblioteca virtual de la OMT*. Recuperado en <https://www2.unwto.org/es/content/datos-0>.

Piaget, J. (1980). *Psicología de la inteligencia*. Buenos Aires: Editorial Psique.

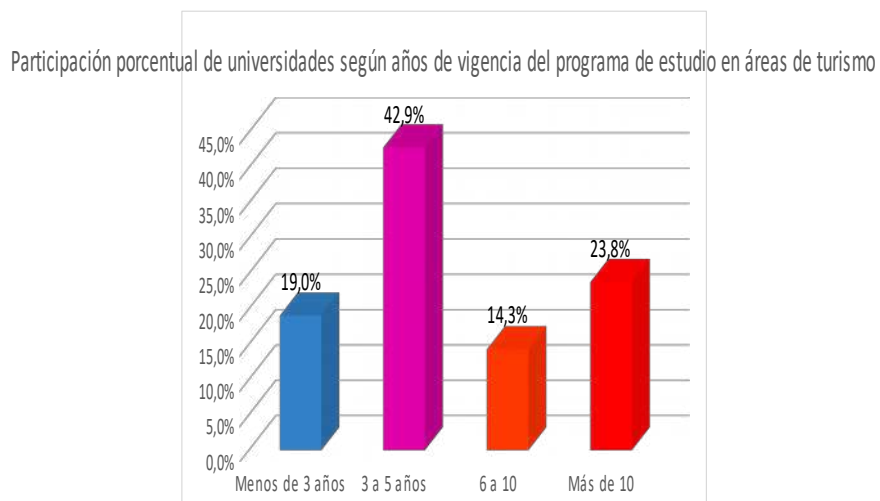
Torre, S. Pujol, M. y Sanz, G. (2007). *Transdisciplinariedad y ecoformación*. Una nueva mirada sobre la educación. Madrid: Humanistas.

Universidad Técnica Nacional (2016). *Modelo Educativo de la Universidad Técnica Nacional*. Talleres gráficos universidad. San José, Costa Rica.

Zañartu, Luz M. (2011). *Aprendizaje colaborativo: una nueva forma de Diálogo Interpersonal y en red*. Revista digital de educación y nuevas tecnologías. 12 agosto 2011.

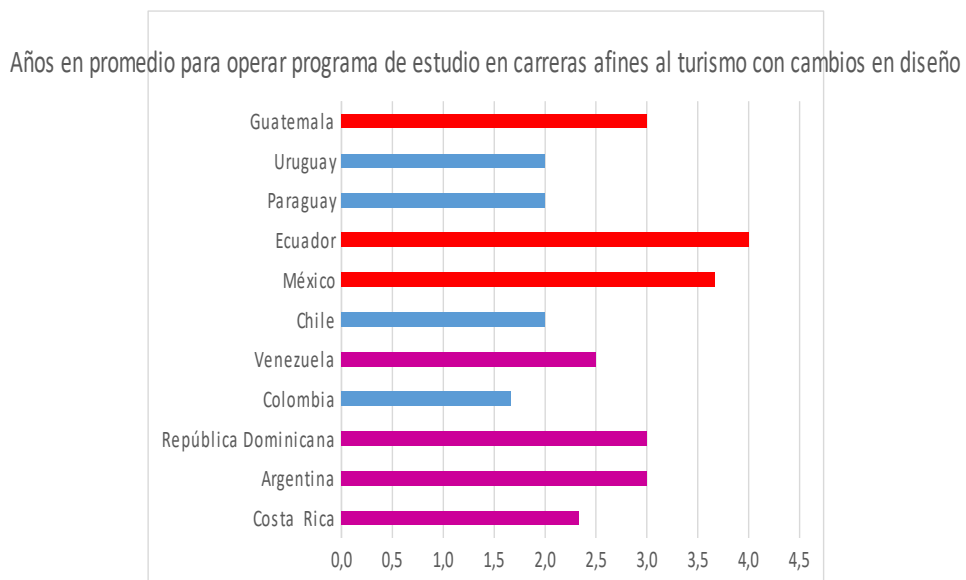
Anexos.

Gráfico 1. Participación porcentual de universidades según años de vigencia del programa de estudio en áreas de turismo.



Fuente. Datos aportados por universidades incluidas en estudio.

Gráfico 2. Años en promedio para operar programa de estudio en carreras afines al turismo con cambios en diseño



Fuente. Datos aportados por universidades incluidas en estudio

LA SATISFACCIÓN LABORAL EN EL SECTOR HOTELERO. UN ANÁLISIS DE SU IMPORTANCIA EN LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE ECUADOR

Mgst. Ana Lucia Serrano

Resumen

El capital humano es un factor estratégico para el logro de los objetivos de competitividad y diferenciación de las empresas del sector hotelero. Esto debido a que son las personas quienes proveen directamente el servicio a los consumidores con la finalidad de satisfacer sus necesidades. En este sentido, la satisfacción del cliente se consigue mediante la satisfacción de los empleados, por lo cual las organizaciones deben enfocar sus esfuerzos en promover un clima laboral favorable que contribuya a la satisfacción de los trabajadores. Debido a esto son necesarias investigaciones que examinen aspectos sobre la satisfacción laboral del capital humano que trabaja en empresas del sector hotelero. Por tanto, este trabajo pretende presentar un análisis sobre los efectos de la satisfacción laboral de los empleados en el desempeño de los establecimientos hoteleros y en la satisfacción del consumidor turístico. Este análisis se efectúa en base a una revisión de la literatura sobre esta temática y se desarrollará en el contexto del sector hotelero ecuatoriano. Los resultados indican que lograr la satisfacción laboral de los empleados implica mejorar las condiciones de trabajo, lo cual se refleja en el desempeño del trabajador y en consecuencia en el desempeño general de la empresa.

Palabras clave

Satisfacción laboral, sector hotelero, capital humano, clima laboral, compromiso organizacional

Abstract

Human capital is a strategic factor for achieving the companies' objectives of competitiveness and differentiation in the hospitality industry. This is due to people are the ones who directly provide the service to consumers in order to meet their needs. In this sense, customer satisfaction is achieved through the satisfaction of employees, for which organizations must focus their efforts on promoting a favorable work environment that contributes to the satisfaction of workers. Because of this, more research efforts are needed in order to examine aspects of job satisfaction of human capital working in companies in the hospitality industry. Therefore, this paper aims to present an analysis of the effects of job satisfaction on the performance of accommodation establishments and in the satisfaction of the tourists. This analysis is carried out based on a literature review on this subject and will be developed in the context of the ecuadorian hospitality industry. The results show that achieving job satisfaction for employees implies improving working conditions, which is reflected in the worker's performance and consequently in the overall performance of the company.

Key words

Job satisfaction, hospitality industry, human capital, work climate, organizational commitment

1. INTRODUCCIÓN

El turismo al ser una industria en donde prevalece la prestación de servicios, el recurso humano es uno de los factores clave para el éxito de los elementos que componen al sector turístico. Así, el capital humano se ha convertido en un factor estratégico para el logro de objetivos de competitividad y diferenciación de las organizaciones turísticas (Lillo, 2009). A su vez, en el sector turístico es fundamental satisfacer las necesidades de los clientes y esto es posible proporcionando servicios turísticos de calidad, lo cual se consigue mediante la satisfacción laboral de los empleados. Por tanto, la satisfacción del cliente está estrechamente relacionada con la satisfacción de los trabajadores puesto que estos son quienes proporcionan directamente el servicio prestado (Steffanell-De León, Arteta-Peña y Noda-Hernández, 2017).

A pesar de la importancia de la satisfacción laboral en las industrias en donde prevalece la prestación de servicios, como es la industria de la hospitalidad y el turismo, son escasas las investigaciones tanto desde un enfoque teórico como empírico, que examinen el efecto que tiene la satisfacción laboral en el desempeño empresarial y en la satisfacción del cliente. En el contexto ecuatoriano, a pesar de la importancia de la actividad turística en el país son escasos los estudios que examinan de forma general los aspectos sobre el capital humano que trabaja en empresas del sector turístico y mucho menos estudios sobre la satisfacción laboral en estos establecimientos.

De acuerdo con esto, este trabajo pretende presentar un análisis sobre los efectos de la satisfacción laboral de los empleados en el desempeño de los establecimientos hoteleros y en la satisfacción del consumidor turístico. Este análisis se efectúa en base a una revisión de la literatura sobre esta temática y se desarrollará en el contexto del sector hotelero ecuatoriano. El artículo está organizado de la siguiente manera: en primer lugar, se realiza una revisión de la literatura abordando los conceptos relacionados con la satisfacción laboral y la situación de esta en el sector hotelero ecuatoriano. En segundo lugar, se describe la metodología utilizada. Posteriormente se presentan los resultados obtenidos. Y finalmente, se presentan las conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación.

2. MARCO CONCEPTUAL

2.1. La satisfacción laboral en la industria de la hospitalidad

El trabajo es una actividad humana encaminada a conseguir el desarrollo del individuo y mejorar su calidad de vida generándole satisfacción personal, autoestima, crecimiento personal y autorrealización (Kohler y Martín, 2007). Para ello, la satisfacción de las personas con su trabajo es un factor importante para la consecución del bienestar personal. La satisfacción laboral es un sentimiento del trabajador hacia diferentes aspectos de su trabajo y manifiesta hasta qué punto se acomoda las peculiaridades del trabajo a las aspiraciones y expectativas del trabajador (Menéndez, 2007). Porter y Lawler

(1968) acuñaron el concepto de satisfacción en el trabajo el cual comprende la suma de la satisfacción en varios aspectos laborales, el grado en que se satisfacen las necesidades y el nivel en que son retribuidas acorde a las expectativas del trabajador. Gan y Triginé (2012) manifiestan que la satisfacción laboral es “la diferencia entre la recompensa percibida como adecuada y la recompensa efectivamente recibida” (p.287), estructurando este concepto de manera paralela con la pirámide de jerarquías de necesidades que construyó Maslow en 1991.

Para lograr una satisfacción laboral de los empleados, las empresas deben crear un ambiente óptimo de trabajo. El clima laboral es la manifestación percibida por los miembros de una organización en relación al trabajo y al ambiente físico que se produce, en especial a las relaciones que se producen en ese entorno. El clima laboral responde a una dinámica interna de la empresa que se manifiesta a través de la percepción y que está condicionada por elementos como los horarios, las jerarquías o las relaciones. Sumadas estas percepciones se conforma el clima. Un ambiente de trabajo favorable se crea a través de factores que según Patlán (2017) son la realización de una labor digna, tiempo equilibrado entre familia y trabajo, salario correspondido, prestaciones complementarias justas, capacitación, seguridad laboral, puestos saludables, herramientas adecuadas, colaboración en las decisiones, retribución y recompensas por objetivos alcanzados, etc. Por consiguiente, con el cuidado de estos factores se mejorará el rendimiento de los miembros de las organizaciones, alcanzando motivación y alcanzando los objetivos organizacionales. Y cómo explica Mesen (2008), los objetivos que plantea la organización se pueden conseguir a través de la satisfacción de cada trabajador sobre su labor. Es decir, que la satisfacción laboral favorece no solo a los empleados, sino que beneficia a la organización.

2.2. Situación laboral en el sector hotelero ecuatoriano

Durante las últimas décadas el turismo en Ecuador ha sido uno de los sectores económicos de mayor crecimiento y el que más resiste los periodos de crisis y estancamiento económico. No obstante, a pesar de la importancia de la actividad turística en el país son escasos los estudios que examinan de forma general los aspectos sobre el capital humano que trabaja en empresas del sector turístico y mucho menos estudios sobre la satisfacción laboral y el compromiso organizacional en estos establecimientos. En la Tabla 1 se presentan estudios que se han realizado en Ecuador sobre la satisfacción laboral, los mismos que indican que este es un tema de reciente estudio y que su realización se ha concentrado principalmente en tesis de pregrado.

Tabla 1. Estudios sobre el capital humano en el sector turístico de Ecuador

Autor (año)	Título	Tipo de estudio
Góngora (2018)	Análisis de los factores organizacionales que determinan la satisfacción laboral en los hoteles: Apart Hotel, Colon y Perla Verde de	Tesis de pregrado

	Esmeraldas.	
Aguilar (2017)	La satisfacción laboral en el turismo comunitario: Isla Santay-Ecuador.	Tesis de pregrado
Lascano, Mesías y Santamaría (2016)	Las competencias y la evaluación del desempeño del recurso humano en el sector turístico. El caso de Ambato-Ecuador.	Artículo científico
Gallegos y Ramón (2016)	Análisis de la satisfacción laboral y su influencia en el compromiso organizacional de los empleados en los hoteles y hostales de la ciudad de Cuenca, 2015, caso de estudio: Hotel Mansión Alcázar, Hotel Yanuncay, Hotel Casa Ordoñez y Hostal El Monasterio.	Tesis de pregrado
Bejarano (2016)	La relación entre los estilos de liderazgo, la satisfacción laboral y su efecto en el compromiso organizacional.	Artículo científico
Cruz, Valle, Ruiz y Paredes (2017)	Las competencias y la motivación del recurso humano en el sector turístico.	Artículo científico
Ramírez (2016)	Incidencia de la motivación, la satisfacción laboral y los conflictos de trabajo y familia en el <i>engagement</i> de los tripulantes de LATAM Ecuador.	Tesis de pregrado
Andrade (2016)	Las empresas turísticas y la satisfacción laboral en: Hotel Cuenca, Gran Hotel de las Flores, Suites del Parque, Casa Monserrat, Carbón Restaurante, Tierra de Fuego Restaurante, Café del Parque Restaurante.	Tesis de pregrado
Meza y Cháfuel (2015)	La movilidad interna y su efecto en la satisfacción laboral.	Tesis de pregrado
Montenegro (2012)	El clima laboral y la influencia en la satisfacción de los trabajadores de la empresa pública "Tame", en la unidad de negocio Quito periodo 2011-2012.	Tesis de pregrado

Fuente: Elaboración propia

El bienestar de los trabajadores en Ecuador viene dado en principio por la Constitución de la República de Ecuador del 2008, en la cual se garantiza que los trabajadores tengan un ambiente laboral saludable. Estas normas regulan al trabajador de forma general, pero en el sector turístico no existen normas que garanticen condiciones de trabajo adecuadas. En la mayoría de los planes para el desarrollo turístico se ha tratado de establecer medidas para garantizar la prestación de un servicio de calidad y hacen referencia a que la deficiente calidad de la oferta turística se debe a un limitado acceso a la capacitación y formación del talento humano que labora en el sector turístico (MINTUR, 2014).

No obstante, en estos planes no se hace mención sobre mejorar las condiciones laborales de los trabajadores del sector turístico, lo cual también influyen la prestación de un servicio de calidad. Esto debido a que, un empleado, aunque esté capacitado y cuente con todos los conocimientos necesarios para realizar su trabajo, si este no cuenta con adecuadas condiciones de trabajo, no se va a sentir satisfecho con su lugar de trabajo y tampoco comprometido, lo cual afectaría su desempeño en la empresa y en consecuencia el desempeño de la empresa en general.

En este contexto, los estudios sobre la satisfacción laboral resultan relevantes sobre todo en esta época en la cual la tecnología posibilita a los empleados obtener muchas

oportunidades de empleo en el mercado y, por lo tanto, es difícil para las organizaciones administrar y retener empleados. Por tanto, las organizaciones se enfrentan a una gran presión para mejorar la satisfacción laboral de sus trabajadores y retenerlos en la organización.

3. METODOLOGÍA

La presente investigación tiene fundamentalmente un enfoque teórico utilizando como metodología de investigación la revisión de la literatura para lo cual se ha recurrido a la búsqueda de artículos científicos en las bases de datos Scopus, Dialnet y Redalyc. Para acceder a estas bases de datos se utilizó el servicio de biblioteca electrónica que proporciona la Universidad de Cuenca. La búsqueda de artículos relevantes para este trabajo se realizó hasta el mes de mayo del 2019. Una vez obtenidos los artículos científicos, la revisión de la literatura consistió en analizar las diferentes perspectivas teóricas de diferentes autores sobre los efectos de la satisfacción laboral en el desempeño empresarial y en el servicio al cliente.

4. RESULTADOS

De acuerdo con la revisión de la literatura realizada, la satisfacción laboral en el sector hotelero influye principalmente en la mejora de la calidad del servicio, en conseguir mayores niveles de satisfacción del cliente y en lograr una mejora en la productividad empresarial (ver Figura 1). A continuación, se explica a detalle la relación existente entre cada uno de estos factores.

Figura 1. Efectos de la satisfacción laboral en el sector hotelero



4.1. Satisfacción laboral y satisfacción del cliente

Fuente: Elaboración propia
 La investigación sobre el comportamiento de la organización siempre ha demostrado que la satisfacción laboral de los trabajadores de servicios tiene un impacto positivo en la satisfacción del cliente (Hur, Moon y Jung, 2015). Es decir que empleados felices hacen clientes felices (Alcaide, 2010). Spinelli y Canavos (2000) mencionan que el sostenimiento de empleados satisfechos por parte de un establecimiento hotelero es uno de los factores que contribuyen a la satisfacción del cliente. Asimismo, varios estudios afirman que la satisfacción laboral está directamente correlacionada con la satisfacción del cliente (Parra, Arce y Guerrero, 2018).

Debido a esto las directivas hoteleras deben estar dispuestas a invertir recursos en la satisfacción laboral. Para ello proporcionar un clima laboral favorable para el trabajo constituye un indicador de la satisfacción laboral percibida por los trabajadores durante su relación laboral. Este indicador se puede tratar en el tiempo, actuando en aquellos aspectos del entorno laboral que actúan sobre los índices de satisfacción en el trabajo (Bordas, 2016). A su vez, esto permite que el personal adopte voluntaria y espontáneamente una orientación de servicio al cliente, garantizando así altos niveles de satisfacción de los clientes en todos los servicios que comercializa la empresa (Alcaide, 2010).

4.2. Satisfacción laboral y servicio de calidad

Las organizaciones pueden ser más efectivas en el mercado competitivo contemporáneo al mejorar la calidad del servicio que proporcionan (Zeithaml, Mary y Dwayne, 2006). Sin embargo, los empleados no pueden actuar correctamente y brindar un servicio de calidad si están insatisfechos con su trabajo. La teoría de la cadena de valor del servicio afirma que conseguir una mayor satisfacción del cliente solo puede lograrse mediante la provisión de servicios de calidad proporcionados por empleados satisfechos (Lovelock y Wirtz, 2010). De esta forma, las organizaciones pueden generar servicios de calidad manteniendo adecuadas condiciones de trabajo, así como oportunidades de desarrollo personal/profesional para sus empleados (Efraty y Sirgy, 1990).

Cuando un empleador garantiza condiciones de trabajo favorables a los empleados, estos estarán más satisfechos con sus trabajos. A cambio, es probable que los empleados satisfechos realicen esfuerzos adicionales para cumplir con las diversas solicitudes de los clientes por lo que la calidad del servicio mejora (Yee, Guo y Yeung, 2015). Este factor es particularmente importante puesto que el turismo es una industria en la cual prevalece la prestación de servicios y en el caso del sector hotelero las personas desempeñan un papel fundamental en la satisfacción de las necesidades de los clientes mediante la provisión de un servicio de calidad. La calidad del servicio ofrecido por empleados satisfechos tiende a ser mejor y disminuye la presencia de defectos en el servicio (Ukil, 2016).

4.3. Satisfacción laboral y productividad empresarial

El trato inadecuado de una empresa hacia sus empleados puede afectar de manera significativa su productividad. Por tanto, existe la necesidad de identificar aquellos factores que pueden ayudar a las organizaciones a lograr la satisfacción laboral de sus trabajadores (Imran, Majeed y Ayub, 2015). La satisfacción laboral es generalmente considerada como uno de los principales predictores de la productividad empresarial (Pan, 2015). Uno de los recursos más valiosos para las organizaciones son sus trabajadores, quienes a través de su esfuerzo logran que las empresas obtengan mejores

resultados organizacionales (Zohurul y Siengthai, 2009). En otras palabras, una empresa no puede obtener ganancias sin empleados satisfechos (Pan, 2015).

De acuerdo con esto, es particularmente cierto que en las industrias de servicios solo cuando los empleados están satisfechos podrán hacer que una organización sea rentable (Lam, Baum y Pine, 2003). Además, son las personas quienes determinan el éxito de una empresa a largo plazo en términos de rentabilidad, ingresos y otros factores similares (Imran, Majeed y Ayub, 2015). Los empleados que tienen un bajo nivel de satisfacción en el trabajo pierden tiempo haciendo tareas personales durante los horarios de oficina y también dejan de mostrar un comportamiento organizacional adecuado. Esto no solo disminuye el rendimiento de la organización, sino que también afecta el entorno general de la organización, lo cual puede afectar el rendimiento de los demás trabajadores (Camp, 1994). Debido a esto, las empresas deben enfocar sus esfuerzos en mantener unos niveles altos de satisfacción en sus empleados, lo cual redundará en un mejor rendimiento empresarial siendo esto especialmente importante en un contexto turístico actual de intensa competencia.

5. CONCLUSIONES

Las organizaciones se enfrentan a enormes desafíos para mejorar su rendimiento y productividad en el mundo empresarial actual, cambiante y competitivo. Por tanto, las empresas deben mantener niveles altos de satisfacción laboral mediante el control de diversos factores como un adecuado clima laboral, salarios óptimos, capacitaciones, entre otros. De esta forma, no solo estará beneficiado el empleado sino también la empresa al lograr mejores niveles de calidad en el servicio, mayor satisfacción de los clientes y una mayor productividad. En el sector hotelero esto es especialmente importante debido a la intensa competencia y a las nuevas necesidades de los turistas orientadas hacia la búsqueda de experiencias, en donde el capital es un factor importante para crear experiencias turísticas positivas.

En el contexto turístico ecuatoriano se debe tener en cuenta aquellos aspectos que influyen en el grado de satisfacción de los trabajadores y no enfocarse solamente en la satisfacción del cliente externo, sino que es más importante primero lograr la satisfacción del cliente interno de la empresa. La satisfacción laboral es un factor importante para las organizaciones porque tiene impactos significativos en el desempeño laboral. Por ello, es recomendable que las organizaciones enfoquen sus esfuerzos a promover un clima laboral favorable que contribuya a la satisfacción de los trabajadores y que ello se refleje en su desempeño.

Esta investigación contribuye significativamente con información valiosa sobre los efectos de la satisfacción laboral de los empleados en el desempeño de los establecimientos hoteleros y en la satisfacción del consumidor turístico. A su vez, servirá como una referencia para el establecimiento de normas que favorezcan a mejorar las condiciones de trabajo en las empresas del sector hotelero ecuatoriano. Esto resultaría en un mejor desempeño de la industria turística en sus distintos niveles de gestión y una mayor competitividad en el mercado turístico internacional.

Finalmente, la principal limitación que presenta este estudio consiste en que la metodología utilizada tiene un enfoque cualitativo basado en revisión de la literatura de fuentes de información primaria y secundaria. Por tanto, se sugiere que futuras investigaciones examinen de forma empírica mediante la utilización de técnicas de investigación cuantitativa la relación existente entre la satisfacción laboral y el desempeño empresarial, así como en la satisfacción del cliente en las empresas del sector de alojamiento ecuatoriano. Cabe mencionar también que esta investigación puede ser un referente para realizar investigaciones relacionadas en contextos geográficos diferentes.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Alcaide, J. C. (2010). La satisfacción del empleado y su correlación con la satisfacción del cliente. *Marketing y RR. HH*, (240), 108-109.
- Aguilar Jurado, A. C. (2017). La satisfacción laboral en el turismo comunitario: Isla Santay-Ecuador. Bachelor's Thesis. Universidad Casa Grande. Facultad de Ecología Humana.
- Andrade González, M. C. (2016). Las empresas turísticas y la satisfacción laboral en: Hotel Cuenca, Gran Hotel de las Flores, Suites del Parque, Casa Monserrat, Carbón Restaurante, Tierra de Fuego Restaurante, Café del Parque Restaurante (Bachelor's thesis). Universidad de Cuenca.
- Bordas Martínez, M. (2016). *Gestión estratégica del clima laboral*. Madrid, España: UNED.
- Bejarano, M. A. G. (2016). La Relación entre los Estilos de Liderazgo, la Satisfacción Laboral y su Efecto en el Compromiso Organizacional. *INNOVA Research Journal*, 1(10), 134-144.
- Camp, S.D. (1994). Assessing the effects of organizational commitment and job satisfaction on turnover: An event history approach. *The Prison Journal*, 74(3), 279-305.
- Cruz, M. E., Valle, A. T., Ruiz, M. E., & Paredes, M. D. R. (2017). Las competencias y la motivación del recurso humano en el sector turístico. *Augusto Guzzo Revista Académica*, 1(19), 55-71.
- Efraty, D. y Sirgy, M. (1990). The effects of Quality of Working life (QWL) on employee behavioral responses. *Social Indicators Research*, 22, 31- 47.
- Gallegos Olaya, V. T., & Ramón Cruz, A. G. (2016). Análisis de la satisfacción laboral y su influencia en el compromiso organizacional de los empleados en los hoteles y hostales de la ciudad de Cuenca, 2015, caso de estudio: Hotel Mansión Alcázar, Hotel Yanuncay, Hotel Casa Ordoñez y Hostal El Monasterio (Bachelor's thesis).
- Gan, F., & Triginé, J. (2012). *Clima laboral*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Góngora, G., & María, R. (2018). Análisis de los factores organizacionales que determinan la satisfacción laboral en los hoteles: Apart Hotel, Colon y Perla Verde de Esmeraldas (Doctoral dissertation, Ecuador-PUCESE-Escuela de Administración de Empresas-Productividad).
- Hur, W. M., Moon, T. W., & Jung, Y. S. (2015). Customer response to employee emotional labor: the structural relationship between emotional labor, job satisfaction, and customer satisfaction. *Journal of Services Marketing*, 29(1), 71-80.

- Imran, R., Majeed, M., & Ayub, A. (2015). Impact of organizational justice, job security and job satisfaction on organizational productivity. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(9), 840-845.
- Köhler, H., & Martín Artilles, A. (2007). *Manual de la sociología del trabajo y de las relaciones laborales*. Madrid, España: Delta Publicaciones.
- Lam, T., Baum, T., & Pine, R. (2003). Subjective norms: effects on job satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 160-177.
- Lascano, M. E. C., Mesías, J. P. M., & Santamaría, J. R. N. (2016). Las competencias y la evaluación del desempeño del recurso humano en el sector turístico. El caso de Ambato-Ecuador. *Revista ENIAC Pesquisa*, 5(2), 111-128.
- Menéndez Díez, F. (2007). *Formación superior en prevención de riesgos laborales*. Valladolid, España: Lex Nova SA.
- Mesén R. (2008). Calidad de vida laboral. *Revista de Trabajo Social*, 24, 1146-1152.
- Meza, C., & Cháfuel, C. (2015). La movilidad interna y su efecto en la satisfacción laboral (Bachelor's thesis). Univesidad Central del Ecuador.
- Ministerio de Turismo. (2014). Resumen 2014: Turismo ecuatoriano, en su mejor momento. Obtenido de Resumen 2014: Turismo ecuatoriano, en su mejor momento.
- Montenegro M. B. (2012). El clima laboral y la influencia en la satisfacción de los trabajadores de la empresa pública "Tame", en la unidad de negocio Quito periodo 2011-2012.
- Pan, F. C. (2015). Practical application of importance-performance analysis in determining critical job satisfaction factors of a tourist hotel. *Tourism Management*, 46, 84-91.
- Parra, R. J., Arce, M. F., y Guerrero M. A. (2018). La Satisfacción laboral y su efecto en la satisfacción del cliente, un análisis teórico. *INNOVA Research Journal*, 3(8), 140-146.
- Patlán J. (2017). *Calidad de vida en el trabajo*. México: El Manual Moderno SA.
- Porter, L. W., & Lawler, E. E. (1968). What job attitudes tell about motivation. *Harvard business review*, 46(1), 118-126.
- Ramírez Franco, V. (2016). Incidencia de la motivación, la satisfacción laboral y los conflictos de trabajo y familia en el engagement de los tripulantes de LATAM ecuador (Master's thesis). Universidad de Especialidades Espíritu Santo.
- Spinelli, M. A., & Canavos, G. C. (2000). Investigating the Relationship between Employee Satisfaction and Guest Satisfaction. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(6), 29-33.
- Yee, R. W. Y., Guo, Y., & Yeung, A. C. L. (2015). Being close or being happy? The relative impact of work relationship and job satisfaction on service quality. *International Journal of Production Economics*, 169, 391-400.
- Zeithaml, V. A.; Mary, J. B.; Dwayne, D. G. 2006. *Service marketing: integrating customer focus across the firm*. 4th ed. Singapore: McGraw-Hill.
- Zohurul, I. y Siengthai, S. (2009). Quality of Work Life and Organizational Performance: Empirical Evidence from Dhaka Export Processing Zone. This paper is prepared for

the ILO Conference on 'Regulating for Decent Work, to be held at the International Labour Office, Geneva.

Ukil, M. I. (2016). The impact of employee empowerment on employee satisfaction and service quality: Empirical evidence from financial enterprises in Bangladesh. *Verslas: teorija ir praktika*, 17(2), 178-189.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA FORMACIÓN DE CAPITAL HUMANO EN TURISMO Y HOTELERÍA EN LA REGIÓN DE VALPARAÍSO Y SU RELACIÓN CON LOS EJES ESTRATEGICOS PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR.

Mg. Sandrino Llano Ramos¹

RESUMEN

El presente trabajo, corresponde a una investigación de carácter básica de tipo descriptiva que tiene por objetivo describir la oferta actual de educación superior para la formación de capital humano en Turismo y Hotelería en la Región de Valparaíso, y estudiar la relación del contenido de los planes de estudio, con las actuales políticas, planes y programas para el desarrollo del sector.

La metodología de trabajo correspondió al levantamiento de la información y desarrollo de un catastro de las mallas curriculares de las carreras de Turismo y Hotelería que se dictan en la región. En la segunda etapa, se comenzó con la categorización de la información, procediendo a clasificar las carreras entre profesionales y técnicas. Posteriormente, se analizaron las carreras en cuanto a su acreditación (o no), años de acreditación, duración, entre otros. La tercera etapa consistió en identificar y describir los ejes estratégicos, y estudiar si las mallas tenían asociación y relación (o no) con estos.

Los principales resultados dan cuenta que, existen actualmente 15 carreras de Turismo y Hotelería, de las cuales el 60% de estas son carreras profesionales mientras que el 40 % son carreras de nivel técnico. Asimismo, solo el 36% de las carreras tiene un curso asociado a temas de sustentabilidad o desarrollo sustentable del turismo y un 6% a inclusividad. Mientras que el 74 % de las carreras tiene en su plan de estudio contenidos asociado a normativas regulatorias para el turismo.

Palabras claves: Capital humano-Carreras-Turismo-Hoteleria-Región de Valparaiso

¹ Docente Ecoturismo Universidad Nacional Andrés Bello. Facultad de Ciencias de la vida. Chile. sllanosramos@gmail.com

1.- INTRODUCCIÓN

El rol que tiene la educación a través de distintos procesos de formación y educación continua para la generación de un capital humano especializado, es fundamental y siempre tiene una incidencia positiva para alcanzar altos grados de desarrollo en aspectos como la economía, lo socio-cultural, el desarrollo medioambiental y la administración. En ese contexto, la educación es un vehículo mediante el cual se pueden cimentar la economía de los países y de los sectores productivos que son “prioritarios” para el desarrollo a nivel país, regional y local. Según se ha visto en los últimos años, el turismo alrededor del mundo ha pasado a tener gran relevancia para el crecimiento del desarrollo socioeconómico y se ha convertido en un alternativa de desarrollo local para distintos países que ven y absorben de esta actividad diversos impactos en sus economías, en la comunidad local y en la puesta en valor de su patrimonio natural y cultural. En Chile en materia de turismo, situación exitosa mostró la actividad en 2017. Y es que durante ese año ingresaron a nuestro país 6 millones 449 mil 883 visitantes, lo que significa un aumento de 14,3% respecto de 2016. Asimismo, el ingreso de divisas correspondientes al turismo receptivo durante 2017 fue una cifra histórica de US\$ 4 mil 200 millones (Subsecretaría de Turismo de Chile, 2018). Esta rápida expansión del turismo en Chile y sus distintas regiones, ha planteado constantes cambios, desafíos y nuevas oportunidades para los distintos actores que materializan los esfuerzos de apoyo para su desarrollo.

En relación con esto, en la actualidad se asume la importancia que tienen las universidades, institutos profesionales y centros de formación técnica en la formación del capital humano en turismo considerando a esta -la formación-, una de las brechas más importantes para la competitividad actual y futura del sector.

En la actualidad, según el informe “Diagnostico del Capital Humano en Turismo” la enseñanza en turismo “ha aumentado considerablemente y en los últimos tiempos, ha alcanzado gran relevancia en el mercado” (Servicio Nacional de Turismo, 2013: pág. 5). Es así que de las 61 **Universidades** reconocidas (58 autónomas) del país, 16 imparten carreras de turismo, tanto estatales como privadas. Asimismo, de los 46 (33 autónomas) **Institutos Profesionales** reconocidos por el Consejo Superior de Educación², 17 ofrecen carreras vinculadas a diferentes áreas el turismo. Por su parte, en la actualidad existen 72³ **Centros de Formación Técnica** registrados en el Consejo Superior de Educación, de éstas, 22 ofrecen carreras relacionadas con el turismo, y suman 35 si se considera la variedad de carreras que están vinculadas al sector.

Dada las condiciones que anteceden, este trabajo busca detallar la actual oferta académica en la región de Valparaíso, debido a la importancia de esta región, por una

² Fuente: Consejo Superior de Educación. Estadísticas y Bases de Datos, **Sistema 2012 [en línea]** Link: <http://www.cse.cl/public/Secciones/seccionestadisticas/Estadisticas>

³ <http://www.cse.cl/public/Secciones/seccionestadisticas/Estadisticas> Fuente: Consejo Superior de Educación. Estadísticas y Bases de Datos, **Sistema 2012 [en línea]**.

parte, como una de las de mayor oferta académica y mayor número de matrículas, y por otra como uno de los principales destinos (región) de Chile. Asimismo, cabe destacar la priorización del turismo en esta como un eje “estratégico” para el desarrollo regional reflejado en los distintos instrumentos de planificación de distintas escalas que ponen a la actividad turística como prioritaria y de gran relevancia económica y social para el desarrollo de la región

Por las consideraciones anteriores, para generar procesos de mejora continua se hace necesario describir y analizar la actual oferta académica de la región, sus planes de estudio, perfiles de egreso, acreditación y distribución entre instituciones debido a la importancia social, económica y cultural del turismo y por los constantes desafíos de la actividad en materias como la sustentabilidad, las nuevas tecnologías, nuevos modelos de cooperación público-privado, normativas, entre otros, situación que plantea nuevas oportunidades para la competitividad de la formación de capital humano en turismo y hotelería.

1.1 Turismo y formación Académica

En referencia a formación académica y turismo, Fernandes de Araujo (2011), establece que garantizar una educación con calidad conduce a “la formación de profesionales competitivos y tratándose del mercado laboral de turismo, la competitividad es fundamental para alcanzar el desarrollo sostenible de las regiones, en especial de aquellas donde el turismo es uno de los componentes generadores de divisas” (pag.58). Albornoz (1997), señala que la calidad de un futuro profesional está influenciada por factores, dentro de los cuales “se incluye el plan de estudios y la aptitud vocacional que pueda tener el individuo” (como es citado por Lunar & Marcano (2007: pag.13) Por su parte, Fernandez Noriega (2004), establece que “el diseño curricular y el contenido de los programas formativos, debe responder a las necesidades que se descubran a partir del conocimiento del mercado y las tendencias del entorno del turismo” (pag.4). Para Martinez Vivar (2013), el sector turismo “se vuelve cada vez más competitivo, lo que obliga a ejercer una gestión del recurso humano con un enfoque más integral y sistémico” (pag.585). Ante un mundo globalizado y los niveles de competitividad de los destinos turísticos en el mundo, la educación y la especialización del capital humano de este sector es cada vez más necesaria puesto que son estos los responsables de tomar decisiones y realizar acciones concretas para poder alcanzar el éxito en la gestión turística.

Debido a esa situación, las instituciones formadoras deben ser capaces de adoptar e incorporar a la oferta académica las nuevas tendencias del sector y los cambios en la gestión de las instituciones del turismo, la transformación y cultura digital de las empresas, la responsabilidad social, ética, gobernanza y la innovación en los perfiles.

1.2 Caso de Estudio: Región de Valparaíso.

En Chile, la Región de Valparaíso, sigue siendo uno de los destinos más importantes a nivel nacional en cuanto a oferta y demanda. Según los resultados de la Encuesta Longitudinal de Turismo Interno (2016), realizada por el Centro de Encuestas y Estudios Longitudinales de la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC), la región cuenta con los principales destinos de viajes de los chilenos a nivel de turismo interno. En igual forma, y de acuerdo al Informe de “Mapa de Destinos Turísticos” del Servicio Nacional de Turismo (2018), la región posee la mayor cantidad de destinos turísticos de Chile (11 en total). De acuerdo con esto, el turismo sigue siendo según la Estrategia Regional de Innovación (2014), y la Estrategia Regional de Desarrollo (2012-2020), uno de los ejes prioritarios para el desarrollo económico y social a nivel regional.

En materia de turismo y formación académica, la Región de Valparaíso alberga en la actualidad un total de 15 carreras de educación superior en turismo y hotelería, entre las cuales se pueden destacar universidades (públicas y privadas), institutos profesionales y centros de formación técnica⁴, entre estas, se pueden mencionar a la Universidad de Valparaíso (UV), Universidad de Playa Ancha (UPLA), Universidad Andrés Bello (UNAB), Instituto Nacional de Capacitación (INACAP), Universidad de Viña del Mar (UVM), Instituto Profesional DUOC UC, Instituto Profesional ARCOS y el Centro de Formación Técnica de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. En relación con dicha situación, y debido a la relevancia económica y social del turismo en la región, existen una serie de desafíos que las instituciones de educación superior deben abordar para el aseguramiento de la calidad y competitividad de la educación del área turística y hotelera en la región. Para ilustrar esto, se pueden destacar la acreditación de las carreras, los perfiles de egreso, el plan de estudios, y la relación de este último con las políticas, planes y programas para el desarrollo del sector en materia de sustentabilidad, innovación, normativas, accesibilidad e investigación en turismo entre otros. Por los altos niveles de exigencia del sector y los constantes cambios de paradigmas de la actividad, estos aspectos, deben ser considerados como parte de procesos de mejora continua en las instituciones de educación superior.

Según Lillo y otros (2006), la importancia que adquiere el factor capital humano en turismo como elemento básico para su competitividad hace imprescindible “tomar en consideración todos aquellos factores que pueden ayudar al desarrollo de unos recursos humanos de calidad en este sector” (pag.47). Para Ibérico (2014), la formación actual en turismo requiere de mayor especialización y se requiere de profesionales que sean capaces de innovar que aporten al sistema y al entorno turístico “alternativas viables de desarrollo, con formación científica y técnica que les permita idoneidad en el ejercicio profesional (pag.116).

2. OBJETIVOS

⁴ Para el objeto de este estudio, No se consideraron las carreras de Gastronomía.

El presente trabajo corresponde a una investigación de carácter básica de tipo descriptiva-exploratoria que tiene por **objetivo general** describir la oferta actual de educación superior para la formación de capital humano en Turismo y Hotelería tomando como caso de estudio, la Región de Valparaíso.

2.1 Los objetivos específicos corresponden a:

- a) Examinar las carreras en cuanto a su acreditación, duración, lugar de dictación y distribución entre las instituciones.
- b) Analizar los planes de estudios, su actualización y los distintos perfiles de egreso.
- c) Relacionar el contenido de los planes de estudio con las políticas, planes y programas de los últimos 15 años en Chile, para el desarrollo del sector.

3. METODOLOGÍA:

La presente investigación se desarrolló en tres etapas:

- a) En la primera etapa, se desarrolló trabajo de gabinete donde se consultaron documentos y bibliografía pertinente al tema. Posteriormente a través de búsqueda digital, se procedió a realizar una exploración en las páginas oficiales de las instituciones de educación superior y sus 3 niveles: Universidades (privadas y públicas), Institutos profesionales y Centros de Formación técnica, para levantar la información y desarrollar un catastro de las mallas curriculares de las carreras de Turismo y Hotelería que se dictan en la región de Valparaíso. Esta actividad, se complementó con trabajo de campo, donde se realizó la visita a cada una de las instituciones y a los directores de carrera para contrastar la información obtenida vía web. Hasta Diciembre de 2018, se detectaron en total, 15 carreras de turismo y hotelería entre profesionales y técnicas.
- b) En la segunda etapa, se comenzó con la categorización de la información, procediendo a clasificar las carreras entre profesionales y técnicas. Posteriormente, con la información obtenida se analizaron las carreras en cuanto a su acreditación (o no), duración, lugar geográfico dentro de la región donde se dictan y distribución entre instituciones académicas. Al mismo tiempo, se procedió a construir los gráficos por cada una de las variables mencionadas.
- c) La tercera etapa consistió en, por una parte, identificar y describir los ejes estratégicos de las políticas, planes y programas para el desarrollo del sector de

los últimos 15 años en Chile, en donde se utilizaron los sgtes. documentos: Informe Boston Consultin group (2007), Estrategia Nacional de Turismo (2012-2020), Plan de Desarrollo Turístico Sustentable (2014-2018), Programa Transforma Turismo (2016), donde se pudieron distinguir: Calidad y Sustentabilidad, Inteligencia de Mercado, Incentivo al turismo con enfoque de accesibilidad e inclusividad, Marketing, Normativas regulatorias, Desarrollo de nuevos destinos y experiencias , Gobernanza y Emprendimiento e Innovación. Posteriormente, se examinaron cada uno de los cursos expuestos en las mallas curriculares de las 15 carreras de turismo y hotelería entre profesionales y técnicas, y se identificó si tenían asociación y relación (o no) con los ejes estratégicos descritos anteriormente. Ulteriormente, se procedió a la construcción de gráficos para la posterior exposición de los resultados.

4. PRINCIPALES RESULTADOS

Los resultados dan cuenta que, en la Región de Valparaíso, existen actualmente 15 carreras de Turismo y Hotelería, de las cuales el 60% de estas son carreras profesionales (8 semestres), mientras que el 40 % son carreras de nivel técnico (4 semestres). Asimismo, del total de carreras el 54% se dicta en institutos profesionales, el 33% en universidades, mientras que el 13% se dicta en centros de formación técnica. Además de las carreras profesionales el 50% esta acredita y el otro 50% no. En cuanto a las carreras técnicas, el 43% esta acreditadas mientras que el 57% no tiene acreditación:

Cuadro N°1: Carreras profesionales:

Carrera	Institución	Tipo
Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros.	Universidad	Privada
Administración en Hotelería y Servicios.	Instituto Profesional	Privada
Administración Turística Multilingüe.	Universidad	Publica
Administrador de Proyectos de Ecoturismo.	Instituto Profesional	Privada
Administración en Ecoturismo.	Universidad	Privada
Gestión en Turismo y Cultura.	Universidad	Publica
Ingeniería en Turismo y Hotelería.	Universidad	Privada
Gestor de Proyectos turísticos sustentables.	Instituto Profesional	Privada
Tourism, Hospitality and Management.	Instituto Profesional	Privada

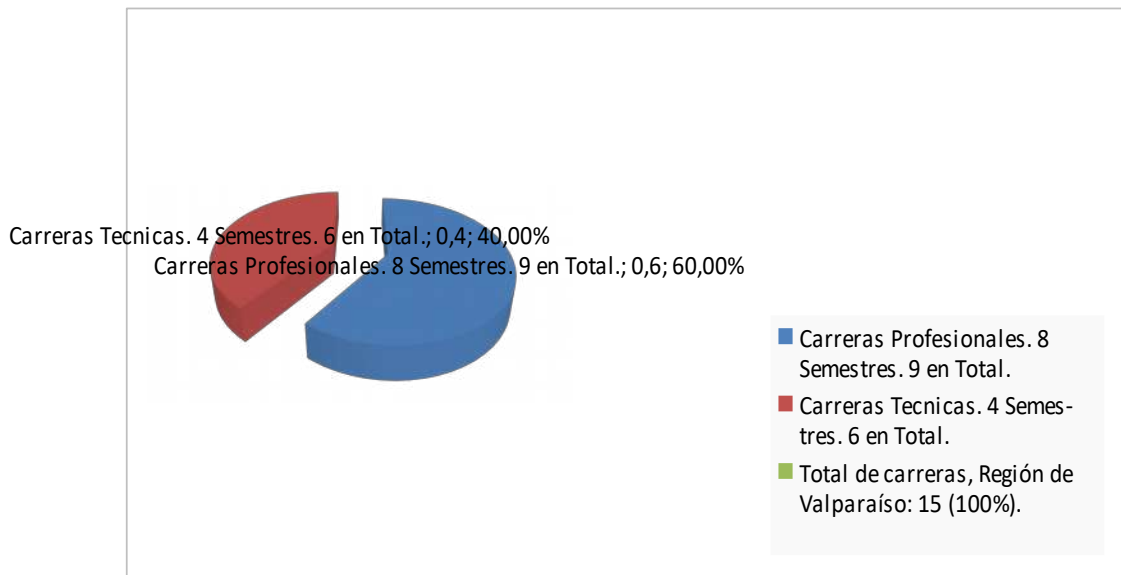
Fuente: Elaboración propia, 2018.

Cuadro N°2: Carreras técnicas:

Carrera	Institución	Tipo
Técnico de Nivel Superior en Turismo.	Instituto Profesional	Privada
Técnico en Administración Hotelera.	Instituto Profesional	Privada
Técnico de Nivel Superior en Turismo y Hotelería.	Centro de Formación Técnica	Privada
Hotelería y Servicios.	Centro de Formación Técnica	Privada
Tecnico en Turismo Mención en Empresas Turísticas.	Instituto Profesional	Privada
Administración en Turismo y Hotelería.	Instituto Profesional	Privada

Fuente: Elaboración propia, 2018.

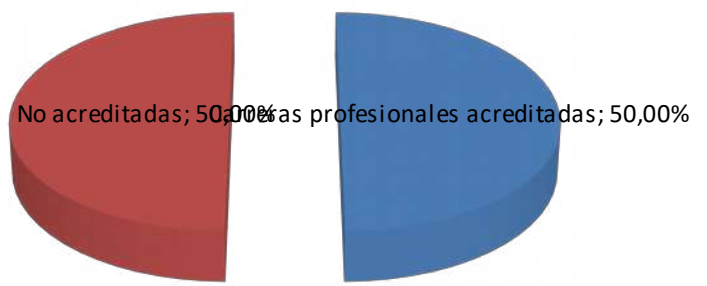
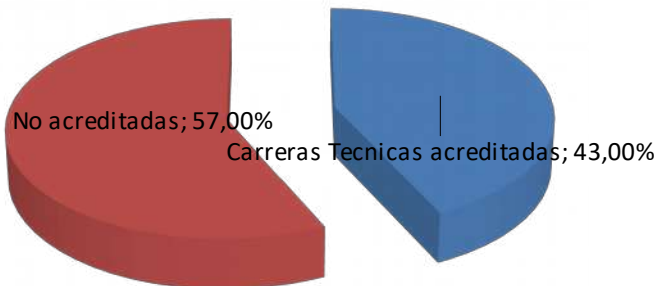
Gráfico N°1: Universo total de Carreras de Turismo y Hotelería, Región de Valparaíso:



Fuente: Elaboración propia, 2018.

Grafico N°2 Carreras técnicas acreditadas

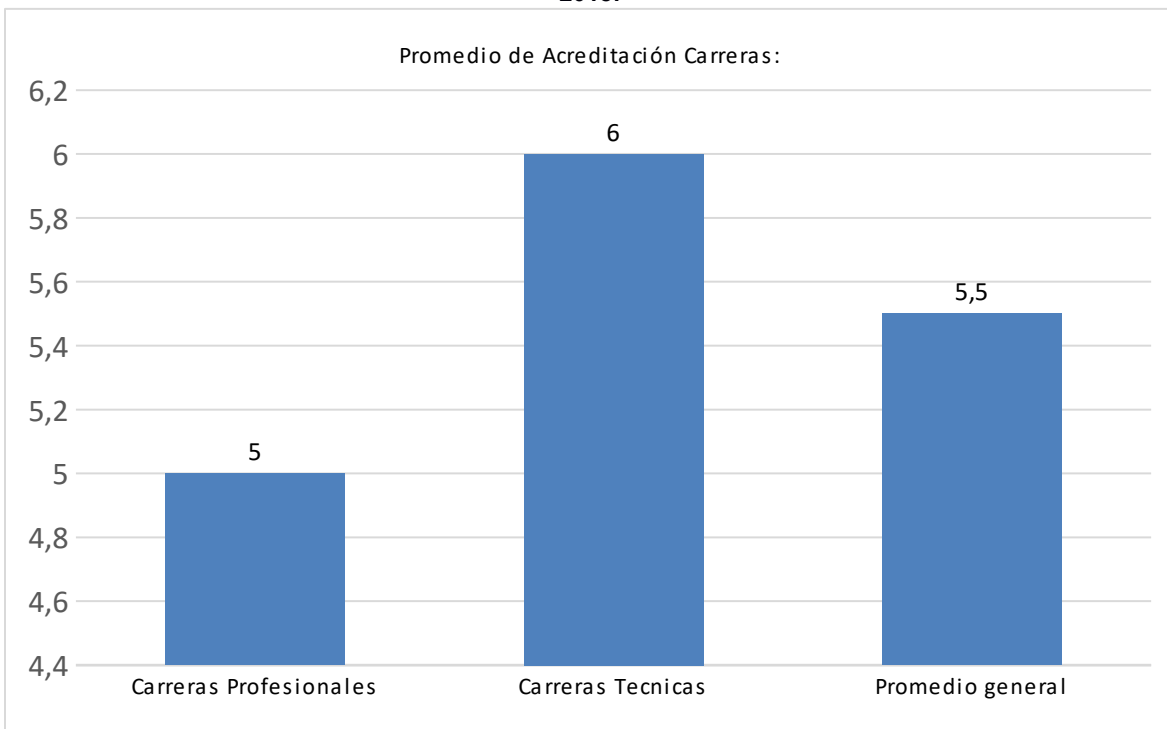
Grafico N°3 Carreras profesionales acreditadas



Fuente: Elaboración propia, 2018.

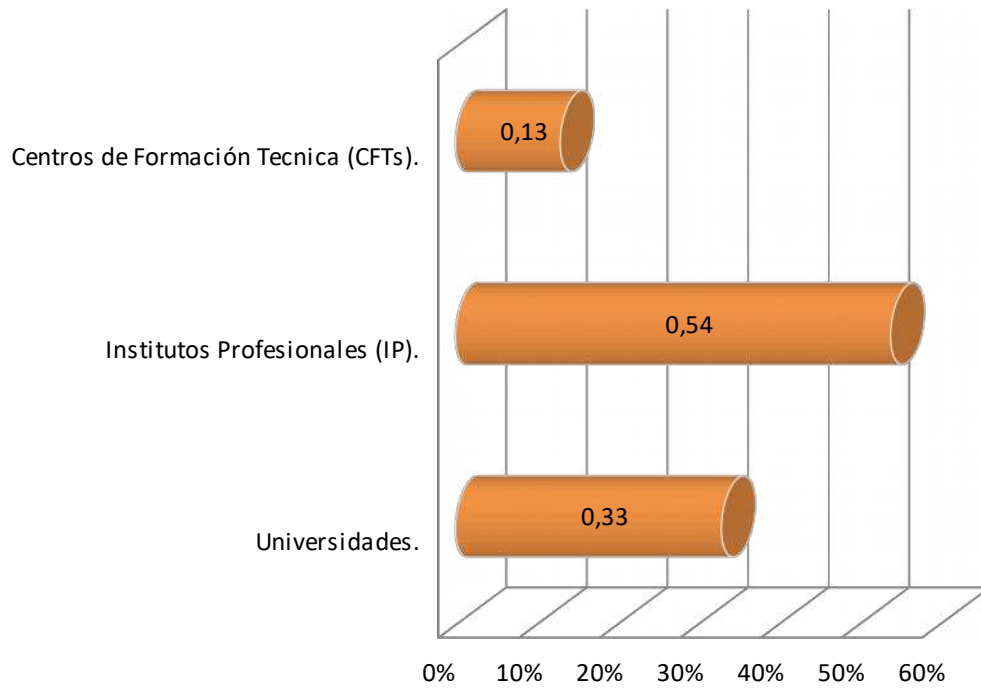
Fuente: Elaboración propia, 2018.

Grafico N°4: Promedio de acreditación Carreras de Turismo y Hotelería, Región de Valparaíso. Dic 2018:



Fuente: Elaboración propia, 2018.

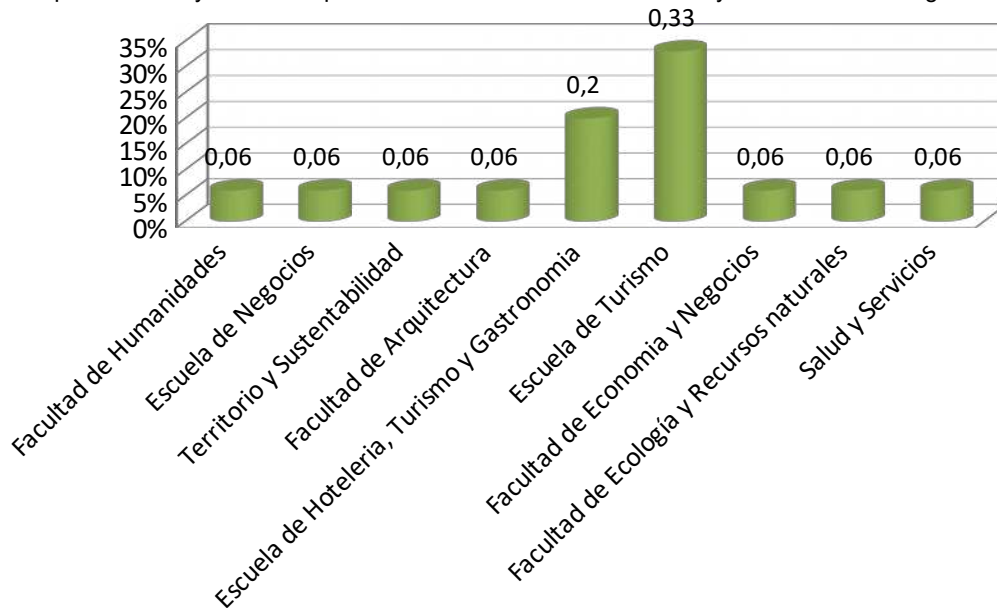
Grafico N°5: Distribución de las carreras en instituciones:



Fuente: Elaboración propia, 2018.

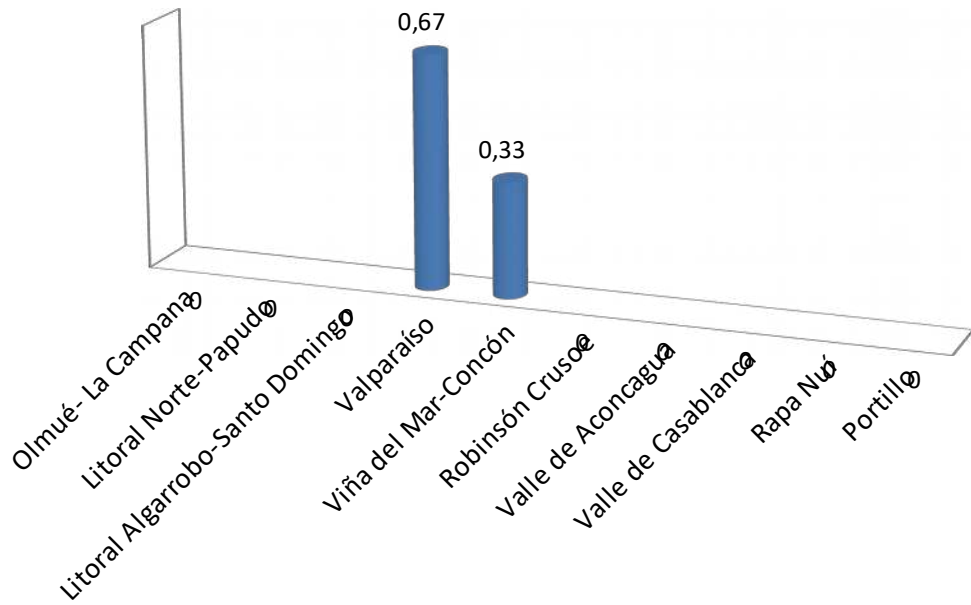
Grafico N°6: Ubicación de las carreras en Facultades o escuelas al interior de las instituciones académicas:

A que Facultad y/o escuela pertenecen las carreras de turismo y hotelería de la Región?



Fuente: Elaboración propia, 2018.

Grafico N°7: Area geográfica de la educación superior en turismo y hotelería en la región de Valparaíso:



Fuente: Elaboración propia, 2018.

Cuadro N°3: Perfil de Egreso Mediante Análisis de contenido QDA MINER

PALABRA	FRECUENCIA	PALABRA	FRECUENCIA
las	17	clientes	8
turismo	14	acuerdo	8
servicios	14	calidad	7
su	14	desarrollo	7
para	11	se	7
empresas	10	proyectos	7
turísticos	10	idioma	7
hotelería	9	profesional	7
una	9	turística	7
ingles	9	cliente	6
un	9	necesidades	6
sus	8	formación	5
gestión	8	productos	5

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Figura N°1: Políticas, programas y sus ejes estrategicos para el desarrollo del sector de los últimos 15 años en Chile:

INFORME BOSTON CONSULTING GROUP (2007).

DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS Y DESTINOS.
MARCO REGULATORIO.
FALTA DE ASOCIATIVIDAD.

ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO (2012-2020).

PROMOCIÓN.
CALIDAD Y SUSTENTABILIDAD.
INVERSION Y COMPETITIVIDAD.
INTELIGENCIA DE MERCADO.

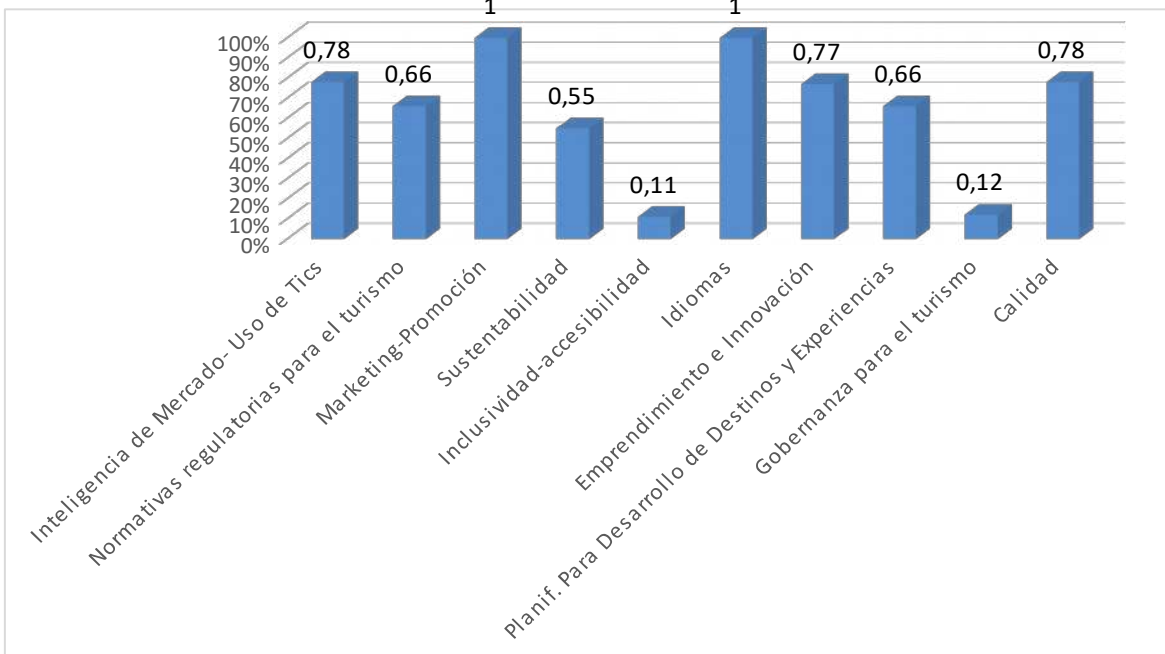
PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SUSTENTABLE (2014-2018).

DIVERSIFICACIÓN DE EXPERIENCIAS.
DESARROLLO DE DESTINOS.
CALIDAD.
INCENTIVO AL TURISMO CON ENFOQUE DE INCLUSIVIDAD Y ACCESIBILIDAD.
MARKETING.

PROGRAMA TRANSFORMA TURISMO (2016).

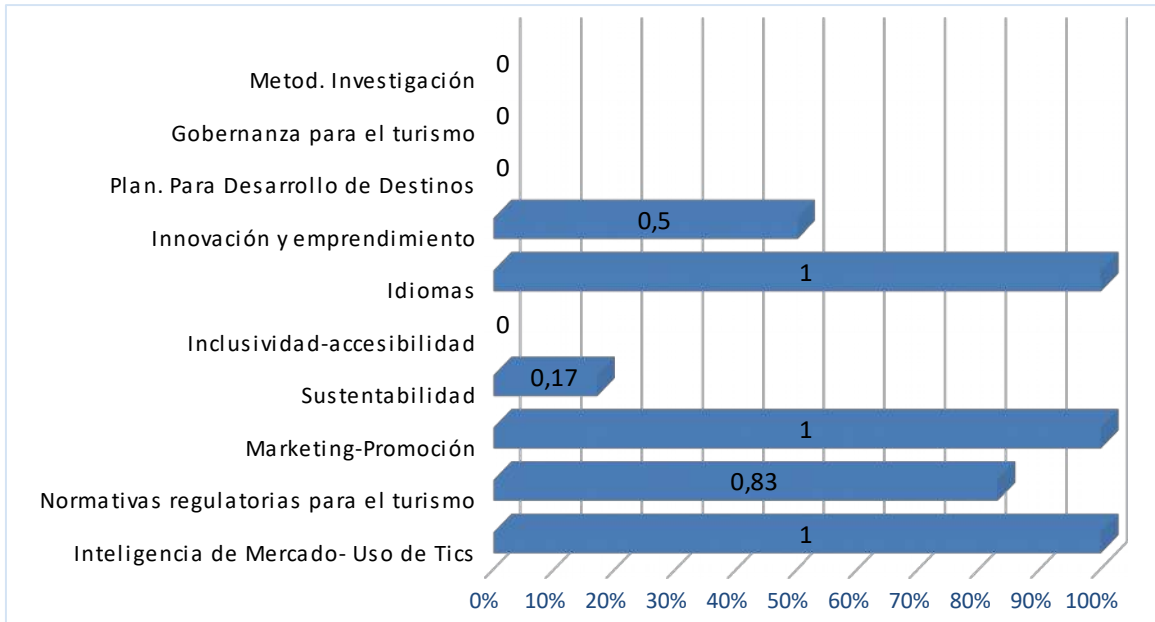
SUSTENTABILIDAD.
EMPREDIMIENTO E INNOVACIÓN.
TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO.
GOBERNANZA.

Grafico N°8: Carreras profesionales y relación con los ejes estrategicos del sector:



Fuente: Elaboración propia, 2018.

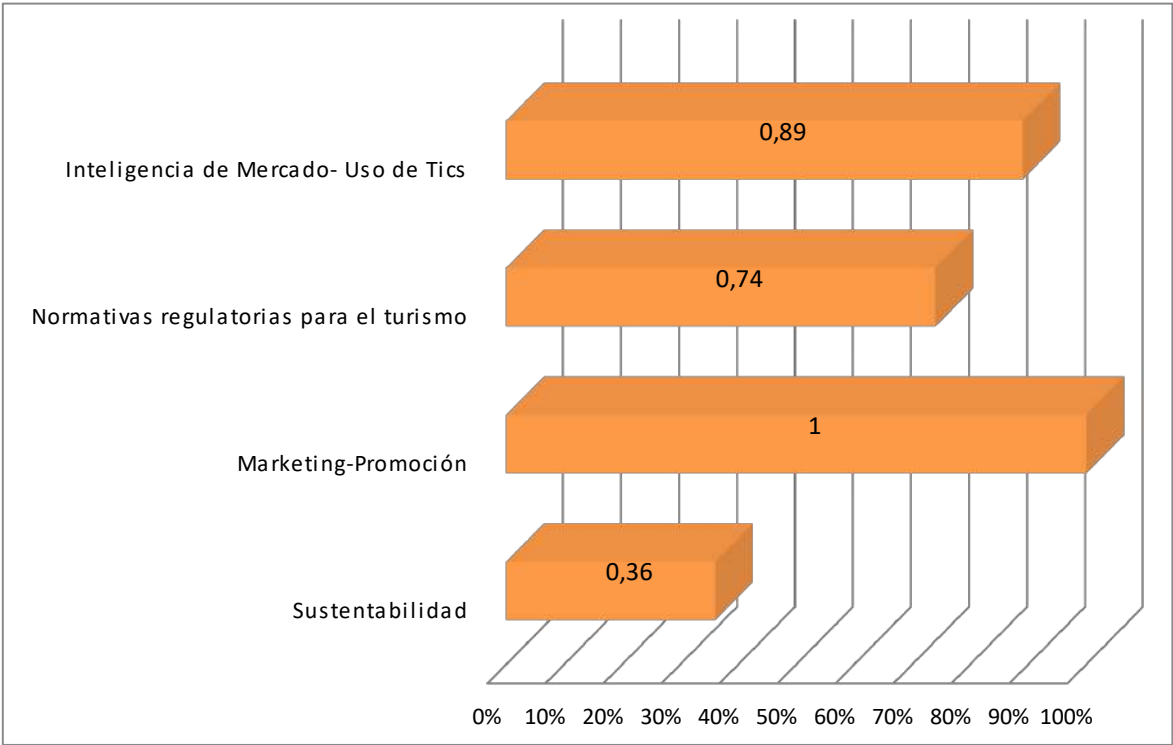
Grafico N°9: Carreras técnicas y relación con los ejes estrategicos del sector:



Fuente: Elaboración propia, 2018.

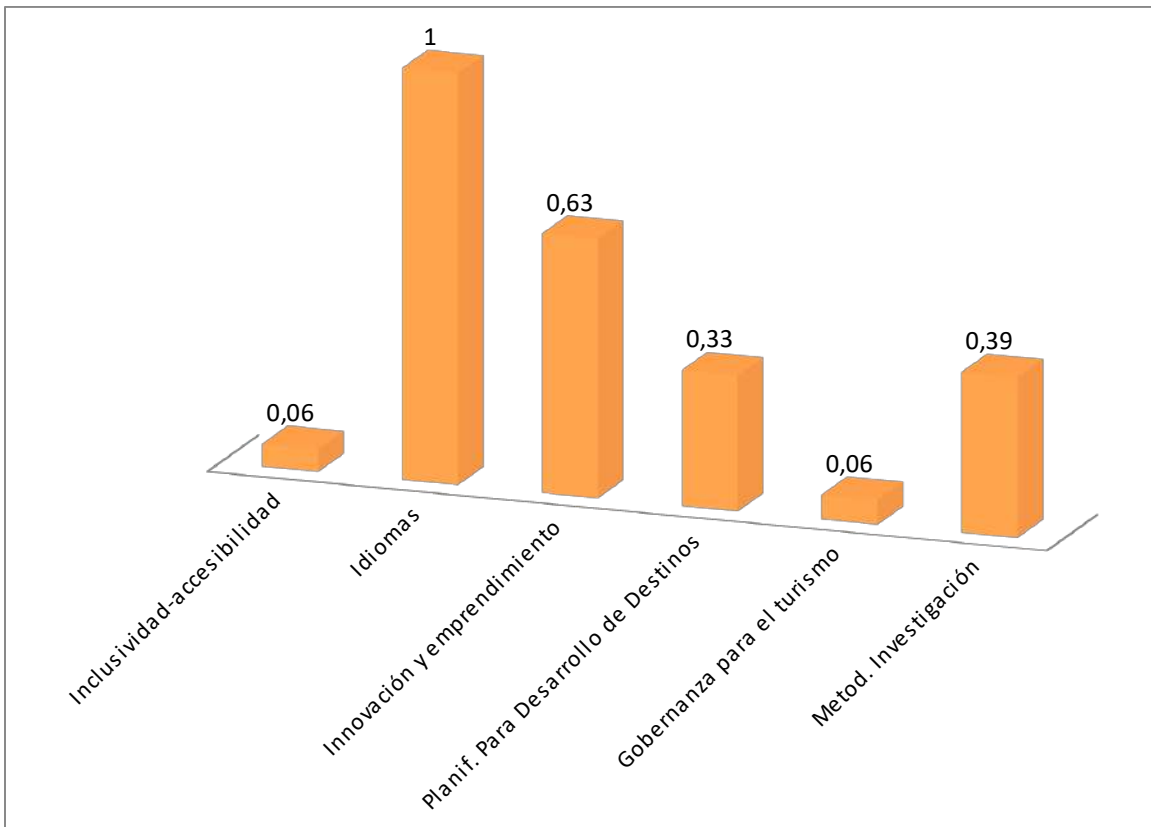
En lo que respecta a la relación entre el total de los planes de estudio y las políticas del sector, un 89% considera en sus planes de estudios cursos relacionados con la inteligencia de mercado y el marketing turístico. Asimismo, solo el 36% de las carreras tiene un curso asociado a temas de sustentabilidad o desarrollo sustentable del turismo y un 6% a temas de Gobernanza y Inclusividad y Accesibilidad. Mientras que el 74 % de las carreras tiene en su plan de estudio contenidos asociado a normativas regulatorias para el turismo:

Grafico N°10: Relación del total de Planes de estudios (profesionales y técnicas), con ejes estratégicos del sector:



Fuente: Elaboración propia, 2018.

Grafico N°10: Relación del total de Planes de estudios (profesionales y tecnicas), con políticas del sector:



Fuente: Elaboración propia, 2018.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La Región de Valparaíso es una de las regiones de Chile con mayor oferta académica para la formación de capital humano en turismo y hotelería. Muchas de las instituciones académicas, han aumentado de manera considerable el total de matriculas en los últimos años atendiendo a las necesidades de una nueva demanda que busca cursar sus estudios en una región con un eminente carácter y vocación universitaria.

A partir del desarrollo de este trabajo, una primera cuestión a destacar es el equilibrio entre carreras profesionales y técnicas en la región. Asimismo, cabe destacar y se debe mencionar que del total de las carreras, el 70 % aproximadamente, se dicta y desarrolla más bien en Institutos Profesionales y Centros de Formación Técnica, quedando relegadas las Universidades a un menor volumen y particularmente las universidades públicas.

Los datos apuntan además a una marcada “centralización” de la oferta académica existente en la Región de Valparaíso en cuanto a las oportunidades para acceder a las carreras de turismo y hotelería. En principio, esto podría relacionarse estrictamente con la demanda, sin embargo es necesario establecer que la región requiere de manera prioritaria una diversificación geográfica de esta oferta, debido a que su desarrollo turístico, está marcado por su diversidad de territorios y destinos siendo en la actualidad, la región con la mayor cantidad de destinos turísticos de Chile (11 en total).

Por otra parte, y en relación con los contenidos de las mallas y su relación con los ejes estratégicos del sector, destacan en las carreras de turismo y hotelería de la región, la formación de competencias y habilidades en cuanto al uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICS), el desarrollo de competencias en cuanto al Marketing turístico para empresas y el abordaje de las normativas regulatorias para el desarrollo del turismo en Chile. En relación con esto último, es importante destacar dicha situación debido a la presencia del actual sistema de calidad turística que existe a nivel país, el cual cuenta con más de 49 normas, divididas en 4 áreas: Alojamiento turístico, Agencias de Viajes y Tour Operadores, Guías de turismo y Actividades de Turismo Aventura.

Asimismo, se puede mencionar la baja incorporación e insuficiencia en los planes de estudio de la región de competencias en Desarrollo Sustentable, Inclusividad y Accesibilidad para el turismo, Planificación para el desarrollo de destinos, y gobernanza para el turismo. Dicha situación es motivo de análisis, debido a la falta de innovación y actualización de las mallas académicas en la región en relación con dichos temas, considerando que estos son algunos de los factores actuales y futuros de amplificación (o limitación), de la competitividad de los destinos turísticos en Chile y el mundo.

En relación con lo anterior, puede decirse que los planes de formación actuales en la región, no han sido capaces de ir al ritmo de los cambios vertiginosos y los paradigmas actuales de la gestión turística. A partir de esto, se puede discutir a nivel regional y nacional, la pertinencia actual de las mallas, su actualización y perfiles de egreso como parte de procesos de mejora continua en las instituciones de educación superior con el objetivo de formar profesionales competitivos capaces de responder a las nuevas tendencias del sector y los cambios en la gestión de las instituciones del turismo, considerando la importancia de la actividad turística, para el desarrollo económico y social a nivel regional y nacional.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, A., Fernandez, N., & Mollon, M. (2002). Recursos humanos en empresas de Turismo y Hotelería. *Prentice hall*.
- Fernandes de Araujo, D. (2011). FORMACION PROFESIONAL EN TURISMO E INSERCIÓN EN EL MERCADO: Un estudio de caso del Polo Turístico Salvador Bahia, Brasil y su entorno. *Estudios y Perspectivas en turismo*, 57-74.
- Fernandez Noriega, J. L. (2004). La calidad en el turismo. Mercado de trabajo: Formación de capital humano. *Mediterraneo economico: Las nuevas formas de turismo*.
- Gobierno Regional de Valparaíso. (2012). *Estrategia Regional de Desarrollo 2012-2020*.
- Gobierno Regional de Valparaíso. (2014). *Estrategia Regional de Innovación*.
- Iberico Diaz, M. (2013). Formación profesional Universitaria en turismo en la Región La Libertad- Peru y su relación con las necesidades formativas del sector turismo. *Turismo y patrimonio*, 115-125.
- Lillo, A., Ramon, A., & Sevilla, M. (2006). Un marco de analisis del capital humano en turismo. *Papers de turisme*.
- Lunar, R., & Marcano, V. (2007). Caracterización del perfil motivacional del estudiante de ingreso a la carrera de Turismo y Hotelería, Universidad de Oriente, Nucleo Nueva Esparta, año 2001. *Gestión Turística*.
- Martinez Vivar, R. (2013). PLANIFICACION DE RECURSOS HUMANOS DE UN TERRITORIO TURISTICO: El caso de Holguin-Cuba. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 583-606.
- SERNATUR. (2009). *Plan Maestro de Turismo Región de Valparaíso*. Valparaíso.
- SERNATUR. (2014). *Plan de Acción Sector Turismo 2014-2018*.
- Servicio Nacional de Turismo. (9 de Enero de 2018). www.sernatur.cl. Obtenido de <https://www.sernatur.cl/llegada-de-turistas-extranjeros-e-ingreso-de-divisas-baten-record-durante-2017/>
- Servicio Nacional de Turismo Sernatur. (2013). *Diagnóstico en la formación de capital humano en turismo*. Santiago.
- Servicio Nacional de Turismo Sernatur. (2017). *Guía de perfiles de egreso de Profesionales de turismo, hotelería y gastronomía de Chile*. Santiago.
- Subsecretaría de Turismo. (2015). *Plan de Desarrollo Turístico Sustentable*.
- Subsecretaría de Turismo. (2017). *Informe comportamiento Turismo receptivo*.
- Subsecretaría de Turismo de Chile. (2012). *Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020*. Santiago

IDENTIFICACIÓN DE LAS BRECHAS DE CAPITAL HUMANO DEL SECTOR TURISMO EN LA ARAUCANÍA

Mg Marie Lagrillere Gautier¹

Resumen

Con objeto de caracterizar la escasez de ocupaciones y los requerimientos de formación de las empresas turísticas de La Araucanía, el Observatorio Laboral Araucanía realizó un proceso de levantamiento de información en 2017 con la aplicación de 69 entrevistas semiestructuradas a informantes locales relacionados al sector turístico en la región, considerando empresas, Oficina Municipales de Intermediación Laboral, instituciones de formación y trabajadores.

Los principales hallazgos encontrados en este proceso, evidencian cuatro tipos de brechas que expresan la distancia entre oferta y demanda de ocupaciones en la región, tales como: Brechas de competencias Técnicas (baja especialización, brecha digital), Brechas de competencias transversales (deficiencias comunicativas, dificultades para trabajo en equipo), Brechas de certificación (baja certificación de competencias) y Brechas de experiencia laboral. Además, se identificaron las principales ocupaciones escasas o con brechas de capital humano en el rubro, tales como: Cocineros(as), Garzones(as), Guías Turísticos, Recepcionistas y Mucamas.

Los resultados de este proceso de levantamiento implicaron una reorientación en la oferta de capacitaciones del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo en La Araucanía el año 2018, para mejorar la pertinencia local de la oferta formativa. Finalmente, durante el año 2019, se realizará una actualización del proceso de levantamiento de información del sector turismo, contemplando una muestra de 97 entrevistas asociadas al rubro turístico.

Palabras clave: Brechas de capital humano; Ocupaciones escasas; Brechas de competencias técnicas; Brechas de habilidades transversales

¹ Observatorio Laboral Araucanía, Instituto de Desarrollo Local y Regional, Universidad de La Frontera, Chile, marie.lagrillere@ufrontera.cl

Abstract

In order to characterize the skill requirements of the tourist companies in La Araucanía region, Araucanía Labor Observatory, developed a survey process in 2017 of 69 semistructured surveys to local informers related to the tourism sector in the region, considering companies, Intermediary Local Labor Office, Universities, Educational Institutions and Workers.

The main findings illustrated in this process highlight four types of gaps that express the distance between supply and demand of occupations in Araucanía region, such as: technical skills gaps (low specialization), competence gaps (communicative deficiencies, difficulties in teamwork), certification gaps (low skills certification) and work experience gap. In addition, the main occupations with human capital gaps in the sector were identified, such as: Cooks, Barman, Tourist Guides, Receptionists and Maids.

The main objective of this survey seeks to reorientate training offer, in order to deliver training with local relevance. Finally, an update of this information will be developed during 2019.

Keywords: Human Capital Gap; Technical Competence Gap; Transversal Competence Gap

1. INTRODUCCIÓN

Uno de los principales desafíos como país, dice relación con la necesidad de abordar el déficit de información para la toma de decisiones a nivel nacional, regional, territorial y comunal que permite mejorar la comprensión de los cambios económicos, sociales y culturales y dentro de ello, el comportamiento del mercado del trabajo.

En este contexto, el Observatorio Laboral Araucanía, se transforma en una herramienta clave para monitorear las dinámicas laborales en distintos sectores de la economía regional, generando información para la toma de decisiones y adelantándose en la identificación de ocupaciones y perfiles laborales con potencial demanda futura en la región, y así aportar al reajuste de la oferta de formación mediante la identificación de áreas de interés de especialización. En este sentido, uno de los sectores estratégicos regionales es precisamente el sector Turismo, considerando su dinamismo económico que lo posiciona en el sexto lugar en términos de aporte al PIB regional. Además, en la región de La Araucanía, cabe señalar que el turismo se expresa principalmente a través del Turismo de Intereses Especiales, asociado al turismo de Cultura y Naturaleza, que busca poner en valor los enormes atractivos naturales, culturales y paisajísticos de La Araucanía.

Desde el punto de vista de requerimientos laborales, se aprecia que el sector turismo presenta crecientes niveles de sofisticación tecnológica, y sobre todo en la vinculación con el turista, a través del uso intensivo de plataformas, aplicaciones y dispositivos de

evaluación de experiencias. Todo lo anterior, implica la necesidad de identificar cuales son los perfiles laborales y las competencias requeridas actualmente y a futuro, para fortalecer este sector en La Araucanía.

Con objeto de caracterizar las principales dinámicas laborales del sector turismo en La Araucanía, el Observatorio realizó un proceso de levantamiento de información el año 2017, con la aplicación de 69 entrevistas semiestructuradas a informantes locales relacionados al sector turístico, considerando empresas, OMIL, instituciones de formación y trabajadores. Finalmente, es importante destacar que dentro de las líneas de trabajo del Observatorio para el año 2019, se contempla el análisis del sector turismo en la región, por lo cual se realizará nuevamente un proceso de levantamiento de información considerando una muestra de 97 informantes.

2. OBJETIVO

2.1. Objetivo General

El principal objetivo de este estudio consiste en la identificación y el análisis de las brechas de capital humano en el sector turismo en la región de La Araucanía. Con este objetivo, se lleva a cabo un proceso de Levantamiento de Demanda Laboral que busca caracterizar la escasez de ocupaciones.

2.2. Objetivos Específicos

Adicionalmente, la misión del Observatorio pretende dar herramientas de utilidad para la toma de decisiones de trabajadores, empresas, servicios públicos, establecimientos de educación y el público en general.

El proceso de levantamiento de información desarrollado por el Observatorio Laboral Araucanía busca además, generar información actualizada, prospectiva y anticipatoria sobre el comportamiento del mercado laboral, y de esta manera, identificar cuales son los requerimientos actuales y futuros de las empresas en termino de competencias, conocimientos y/o habilidades de la mano de obra.

Finalmente, es importante subrayar que los resultados del proceso de levantamiento de información sirven de insumos para la reorientación de la oferta de capacitaciones del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo en La Araucanía para mejorar la pertinencia local.

3. METODOLOGÍA

A continuación, se presentarán los principales elementos metodológicos que han sostenido las diferentes fases de la investigación desarrollada.

3.1. Diseño Metodológico

Se presenta en este apartado los componentes y las decisiones de investigación definidas en la marco del levantamiento de información.

3.1.1. Enfoque general

Se priorizó la utilización de técnicas de conversación individual por sobre el uso de técnicas de conversación grupal u otras técnicas cualitativas. En relación a lo señalado anteriormente, se llegó a la determinación de que una de las técnicas de recolección de información más pertinente correspondía a la entrevista cualitativa en su versión semiestructurada.

3.1.2. Muestreo

En cuanto al diseño muestral propuesto para el levantamiento de información, se ha definido el tipo estratégico estructural. A diferencia de los muestreos de tipo cuantitativo, donde la representatividad viene dada por el tamaño de la muestra y por la selección aleatoria de las unidades muestrales, se persigue en este caso, un tipo de representatividad mediante la selección estratégica de los casos con el fin de alcanzar la mayor representación posible de los distintos espacios discursivos y semánticos al interior del campo analizado.

Es así que el proceso de levantamiento de información ha considerado la aplicación de entrevistas a cuatro grupos objetivos concedores de las dinámicas laborales de la región.

Tabla 1. Tipos de informantes definidos en el proceso de levantamiento de información

TIPO DE ACTOR	DETALLE
Empresas	<i>Empresas más relevantes en la región en termino de contratación de trabajadores.</i>
OMIL	<i>Encargados y gestores territoriales de OMIL (Encargados de la articulación entre los solicitantes de empleo a las empresas).</i>
Actores de Formación	<i>Representados por Universidades, Institutos profesionales, Centros de Formación Técnica, y Liceos Técnicos</i>
Trabajadores	<i>Trabajadores de distintos niveles de calificación.</i>

Fuente: Elaboración propia

3.1.3. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

El análisis de los datos estuvo centrado principalmente, en el uso de técnicas ligadas al tratamiento del contenido de los datos, y de forma complementaria, a la utilización de métodos de codificación. El proceso de sistematización y análisis de datos incluyó las siguientes etapas:

- Archivamiento y clasificación de los materiales cualitativos obtenidos luego de la realización de la entrevista (ficha de identificación, audio, acta de consentimiento, resumen, transcripción).

- Resumen de la entrevista.
- Transcripción literal de la entrevista.
- Análisis y codificación de los resúmenes y de las transcripciones de entrevistas.
- Presentación del sistema de códigos final en un esquema analítico y relacional, que dé cuenta del modelo explicativo de la dimensión analizada.
- Análisis e interpretación de los datos en base al sistema de códigos y al esquema relacional definido (redacción y escritura de los capítulos).
- Extracción de citas textuales como complemento a la interpretación de los datos.
- Revisión de la redacción e integración final de los resultados.

3.2. Proceso general de investigación

Finalmente, se puede resumir el proceso general de levantamiento de información que de la siguiente manera

Figura1. Procedimiento de la metodología utilizada



Fuente: Reporte Brechas de Capital Humano Sector Turismo, Observatorio Laboral Araucanía, 2017

4. RESULTADOS

Como principales resultados de esta investigación, se caracterizarán en primer lugar las principales brechas de capital humano, y luego, se identificarán las principales ocupaciones escasas del sector turismo que se dan la región, para así profundizar acerca de los factores que explican dicha escasez.

4.1. Brechas de capital humano del sector turismo

Antes de abordar las ocupaciones escasas en el sector turismo, se presentarán las principales brechas de capital humano visualizadas en el proceso de levantamiento de información.

4.1.1. Tipos de brechas de capital humano

Al análisis de los resultados, se evidencian cuatro tipos de brechas que expresan la distancia entre oferta y demanda de ocupaciones en la región, es decir:

- Brechas de competencias técnicas (baja especialización, brecha digital).
- Brechas de competencias transversales (deficiencias comunicativas, dificultades para trabajo en equipo)
- Brechas de certificación (baja certificación de competencias)
- Brechas de experiencia laboral

A continuación, se abordarán las brechas que se han destacado en prioridad en los resultados, es decir, las brechas de competencias técnicas y las brechas de habilidades blandas.

4.1.2. Brechas de habilidades técnicas

Respecto de las habilidades técnicas claves identificadas por los informantes, se observa que en la región, las ocupaciones se caracterizan principalmente por una baja calificación, lo cual representaría una brecha significativa para enfrentar los desafíos de crecimiento de la demanda por nuevos productos y servicios de calidad mundial.

“Hay poco guías calificados, yo creo que la demanda va aumentando. No hay que olvidar de que Chile ahora es un país que está en el ranking número uno de los países, de los destinos de turismo aventura, y eso es a nivel global, entonces, sin duda la industria de los servicios profesionales, en términos de servicios de guía, va aumentando harto”. (Trabajadores 11, 12 de septiembre de 2017).

Adicionalmente, debido al aumento de la demanda por nuevos productos, servicios y destinos turísticos y a las mayores exigencias de estándares internacionales, el sector se ve obligado a ajustar sus requerimientos de mano de obra. Otro componente relevado como fundamental, es el manejo de idiomas extranjeros. No sólo el idioma inglés que tiene importancia mundial, sino que también otros de la región como el portugués, y en menor medida el francés y el alemán. Los requerimientos al respecto no necesariamente están orientados en disponer un manejo avanzado de los idiomas, sino que más bien un manejo “técnico”, básico para establecer relaciones funcionales con los turistas.

“[...] No se atreven, tienen miedo o simplemente hay carencias de conocimiento en lo que es el inglés, falta un inglés técnico, un inglés donde el chico pueda salvar situaciones, siquiera con palabras o con frases muy clichés” (Institución de Formación 01, 31 de agosto de 2017).

Otro de los requerimientos identificados, dice relación al aumento de la especialización y profesionalización de la mano de obra en las diversas ocupaciones del turismo. Una parte importante de los trabajadores no poseen estudios ni capacitación, lo que requiere un gran esfuerzo de actualización de las competencias técnicas.

“Yo pienso que a mucha gente, le falta la capacitación para ir a una cocinería y ofrecer sus servicios. Porque sucede que llegan y uno dice: ¿y qué sabe hacer?; “no, tengo ganas nomás”. (Empleadores 29, 11 de agosto de 2017).

4.1.3. Brechas de habilidades transversales

En cuanto a los conocimientos y habilidades genéricas, se percibe claramente un déficit en la materia en términos de compromiso con el trabajo y habilidades comunicativas, que se traducen según los empleadores, en una constante actitud de desinterés, una mala atención a los turistas y una cultura del mínimo esfuerzo. Ahora bien, cabe señalar que por la estacionalidad del sector, ingresa mano de obra cuya principal actividad no es el turismo, y pertenece al rango etario principalmente juvenil.

Adicionalmente, se identifica una brecha importante en habilidades sociales y comunicativas de una parte de la mano de obra perteneciente a pueblos originarios, producto de, según indican los informantes, las históricas discriminaciones políticas, económicas e identitarias sufridas desde el proceso de colonización.

“Quizás la [habilidad] que más cuesta desarrollar es la habilidad de comunicación, pero esto básicamente por una cuestión de daño cultural que arrastra la sociedad mapuche y, en este caso, el estudiante mapuche. La sociedad chilena ha estereotipado mucho a la población mapuche y la población originaria ha tendido a asimilar que es alguien de menor categoría que el chileno (...) Porque en el ámbito tecnológico, los chicos lo asumen muy bien y el tema del conocimiento también lo absorben bastante rápido”
(Institución de Formación 03, 09 de agosto de 2017).

Aunque el trabajo en equipo y el respeto a la autoridad de la empresa son importantes, se resalta especialmente que, de todas las habilidades, aquellas son necesarias para la adecuada interacción con los clientes, tales como: empatía, comunicación y paciencia.

“La atención al cliente, tener empatía, paciencia, porque aquí llega de todo, desde el cliente más dulce al más agrio. Sobre todo, él que viene llegando ahora”
(Trabajadores 03, 22 de agosto de 2017).

“Los guías, son personas que son buenos comunicadores en esencia, y eso básicamente es una competencia genérica que tienen los guías y que yo creo que deberíamos tratar de profundizar y profesionalizar”
(Trabajadores 11, 12 de septiembre de 2017).

Finalmente, las habilidades blandas son muy valoradas en el sector, y pareciera incluso, que una parte de estas son tan fundamentales que podrían llegar a considerarse habilidades técnicas. Para algunos informantes, las habilidades blandas son lo único necesario que los trabajadores deberían poseer en turismo, aunque tengan deficiencias técnicas.

“[...] incluso hay gente que nos dice, a mi mándame a esa persona con esas características: puntual, responsable, con iniciativa, y yo le voy a enseñar... Hacer desde el pisco sour, lo más fácil, hasta lo más complejo”
(Institución de Formación 08, 28 de julio de 2017)

4.2. Identificación de las ocupaciones escasas en la región de La Araucanía

Una ocupación se considera escasa en la medida en que se registre una insuficiencia en la demanda de mano de obra por parte de las empresas, de manera tal que existan dificultades para reclutar trabajadores que desempeñen tales funciones. En este sentido, se presentarán brevemente las principales habilidades requeridas ligadas a las principales ocupaciones escasas identificadas en la región.

Tabla 2. Principales ocupaciones escasas en el sector turismo en La Araucanía

	HABILIDADES TÉCNICAS	HABILIDADES TRANSVERSALES
COCINEROS(AS)	<i>Cocina mapuche y tradicional, Manipulación de alimentos, Normas de higiene y seguridad, Conocimientos de vino.</i>	<i>Trabajo en equipo, Responsabilidad, Trabajo bajo presión, Liderazgo, Proactividad, Autocuidado.</i>
GARZONES(AS)	<i>Conocimiento de protocolo, Manejo de idioma inglés, Atención al público, Conocimientos de normas de higiene.</i>	<i>Buena dicción, Honestidad, Amabilidad, Proactividad, Responsabilidad, Simpatía, Autocuidado.</i>
GUÍAS TURÍSTICOS	<i>Conocimiento de condiciones meteorológicas, Manejo de idioma Inglés (deseable Alemán y/o Francés), Conocimientos del territorio de trabajo, Conocimientos de flora, fauna y leyendas, Conocimientos de senderismo.</i>	<i>Liderazgo, Gestión de conflictos, Manejo de la frustración, Flexibilidad, Manejo computacional, Orientación al servicio del cliente, Empatía.</i>
RECEPCIONISTAS	<i>Manejo computacional, Manejo de idioma Inglés, Conocimientos en secretariado, Conocimientos de geografía regional, Conocimientos del territorio de trabajo,</i>	<i>Amabilidad, Empatía, Resolución de conflictos, Capacidad de trabajo bajo presión, Liderazgo, Proactividad, Orientación al servicio al cliente.</i>
MUCAMAS	<i>Manejo de idioma inglés, Conocimientos de normas de higiene</i>	<i>Detallista, Responsabilidad, Proactividad, Compromiso, Honestidad, Rigurosidad.</i>

Fuente: Reporte Brechas de Capital Humano Sector Turismo, Observatorio Laboral Araucanía, 2017

Las ocupaciones que se han detallado en la segunda tabla, son las ocupaciones relevantes del turismo, más demandadas y más difíciles de encontrar al momento de contratar trabajadores que pudieran desempeñarse en esos cargos. No obstante, existen otras ocupaciones escasas que han sido identificadas por los informantes, tales como: Bartender, Conductor de transporte turístico o Personal de aseo.

4.3. Causas de la escasez

Al conocer las brechas de capital humano detalladas anteriormente se hace pertinente la necesidad de identificar aquellas causas que generan dichas brechas con el fin de poder entender las dinámicas detrás de ellas y acercarse a la solución de ellas.

En primer lugar, se encuentra la escasez por **disponibilidad**, que surge cuando en la región existen trabajadores que cuentan con las competencias necesarias para

desempeñarse en sus ocupaciones, pero no se encuentran disponibles en un lugar determinado. Un ejemplo de ello es la necesidad de contar con guías turísticos, para todas las zonas de la región. Si bien en la región se cuenta con estos profesionales, dicha ocupación se encuentra concentrada en algunas zonas donde la actividad es predominante, y en consecuencia, no se cuenta necesariamente con el profesional requerido en el espacio en el cual es requerido.

La segunda grande causa corresponde a la **transformación del mercado laboral** que deja el espacio a las ocupaciones emergentes, obsoletas y saturadas. En el caso de las ocupaciones emergentes, se origina cuando no se cuentan con profesionales capacitados o con poca capacitación para desempeñar ciertos cargos por lo nuevo de dicha ocupación. En cuanto a las ocupaciones obsoletas, son aquellas que por su naturaleza, ya no hay trabajadores desempeñándose en dichas funciones y a su vez, carecen de conocimientos actualizados. Finalmente, se encuentran las ocupaciones saturadas, que son aquellas en las cuales hay muchos trabajadores capacitados, y existe una creciente oferta de estos profesionales desde las instituciones de formación, lo que genera una complejidad al incorporarse al mercado laboral. Si bien, existen dos grandes factores que determinan la escasez de ciertas ocupaciones, estas se ven afectadas por otras dimensiones adicionales, lo que se presentará en la tabla sintética siguiente.

Tabla 3. Otros factores explicativos de la escasez en el sector turismo

ENTORNO		
Tecnologías: Incorporación de nuevos materiales y nuevas tecnologías en el sector.	Medio Ambiente: Nuevos requerimientos de sustentabilidad exigen contar con trabajadores preparados a esas nuevas habilidades.	Cultura: Déficit de habilidades blandas de ciertos subgrupos de trabajadores pertenecientes a pueblos originarios.
MERCADO LABORAL		
Condiciones laborales: Bajos salarios, Estacionalidad de la actividad turística que genera un desincentivo para los trabajadores.	Sociocultural: Déficit de habilidades blandas de ciertos subgrupos de trabajadores pertenecientes a pueblos originarios. Menor nivel de compromiso y responsabilidad de los jóvenes.	Subjetividad laboral: Percepciones de trabajadores acerca de ciertas ocupaciones no son bien valoradas socialmente debido a las malas condiciones laborales.
TERRITORIALIDAD		
Conectividad: Destinos turísticos están alejados de las zonas urbanas.	Estacionalidad: Turismo es una actividad secundaria, la mano de obra no es estable.	
OFERTA FORMATIVA		
Pertinencia: Deficiencia de alineación entre los requerimientos que solicitan las empresas y los cursos y especializaciones existentes. Poca actualización de las mallas curriculares de las instituciones.	Competencias transversales: Déficit de formación en competencias transversales que son relevantes para el sector turismo.	

Fuente: Reporte Brechas de Capital Humano Sector Turismo, Observatorio Laboral Araucanía, 2017.

5. CONCLUSIONES

En cuanto al panorama general del turismo expresado en la región de La Araucanía, si bien en los últimos años ha existido un crecimiento sostenido de ingreso de turistas extranjeros, el turista nacional sigue siendo el más relevante. Al igual que otros sectores productivos de la región, el turismo está determinado por la estacionalidad y presenta una concentración territorial importante de sus destinos turísticos. Además, es un sector tensionado por la incorporación de las nuevas tecnologías.

En relación a los requerimientos laborales, los informantes perciben que la mano de obra en la región está marcada por importantes brechas de competencias técnicas y genéricas, debido a requerimientos emergentes que generan los nuevos mercados y la inclusión de algunas tecnologías en los procesos de venta y marketing. En consecuencia, existe una segmentación en grupos de trabajadores que presentan diferentes condiciones laborales, cuyas menos favorables provocan actitudes de desinterés y baja calidad en la atención turística. Por su parte, la oferta formativa se esfuerza por actualizar sus planes formativos, pero se ve limitada por aspectos territoriales e institucionales, aunque se ha adelantado a los nuevos requerimientos integrando nuevos contenidos a sus planes formativos.

Este escenario de cambios y transformaciones, explica la aparición de brechas de capital humano, expresadas en la distancia existente entre los requerimientos del sector en competencias laborales, respecto a las características que posee la mano de obra del sector turismo. En consecuencia, el rol de los Observatorios Laborales es de relevancia porque aportan significativamente a la identificación de las necesidades actuales y futuras de capacitación y así, al reajuste de las políticas de capacitación.

Por último, es importante resaltar que en el mes de octubre del año 2019, el Observatorio contará con información actualizada proveniente de la Encuesta Nacional de Demanda Laboral (ENADEL) que está llevando a cabo actualmente. La información generada permitirá identificar nuevos elementos de análisis que alimentarán el entendimiento de las brechas de capital humano existentes en el sector turismo de La Araucanía.

FORMACIÓN DE CAPITAL HUMANO PARA EL DESARROLLO DEL AVITURISMO EN EL CORREGIMIENTO DE PUEBLO NUEVO – OCAÑA - ZONA DEL CATATUMBO, COLOMBIA

Dra. Marilce Pacheco Carrascal¹

Dra. Carmen Liceth Garcia Quintero²

Resumen

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, dentro de sus políticas ha establecido incentivar el avistamiento de aves, por tal motivo, determinó doce corredores turísticos, dentro de los que se encuentra la zona del Catatumbo, de la misma manera considera importante realizar mejoras en infraestructura, servicio y capital humano; atentos a estas disposiciones, la Universidad Francisco de Paul Santander Ocaña a través del grupo de Investigación ambiental, agropecuario y desarrollo sostenible GI@DS, considera valioso aprovechar la diversidad de aves la cual según estudios, alcanza un promedio de quinientos cuarenta y un especies (541) y subespecies de aves para brindar ecoturismo, sin embargo para hacerlo de la mejor manera, o de forma eficaz y agradable para los turistas y visitantes se requiere la formación de capital humano; en tal sentido, se seleccionó el corregimiento de Pueblo Nuevo de Ocaña Norte de Santander, como un espacio de diálogo y formación para el fomento del ecoturismo, toda vez que es una de las zonas que mayor diversidad presenta.

Palabras clave: Turismo, Turismo de Naturaleza, Aviturismo, Formación de capital humano

Abstract

Within its policies, the Ministry of Commerce, Industry and Tourism has established incentives for bird watching, for this reason, it determined twelve tourist corridors, within which the Catatumbo area is located, in the same way it considers it important to make improvements in infrastructure, service and human capital; Attentive to these provisions, the Francisco de Paula Santander Ocana University through the and GI @ DS Research group, consider it valuable to take advantage of the diversity of birds which, according to studies, reaches an average of five hundred and forty-one species (541) and subspecies of birds to provide ecotourism, however to do it in the best way, or in an effective and pleasant way for tourists and visitors, the formation of human capital is required; In this sense, the township of Pueblo Nuevo de Ocaña Norte de Santander was selected as a space for dialogue and training for the promotion of ecotourism, since it is one of the areas with the greatest diversity

Keywords: Tourism, Nature Tourism, Avitourism, Capital formation human

1 Grupo de Investigación GI@DS, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Colombia. mpachecoc@ufpso.edu.co

2 Grupo de Investigacion GI@DS, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Colombia. clgarciaq@ufpso.edu.co

1. INTRODUCCIÓN

El término “turismo” deriva del término francés *Grand Tour*, y se refiere al viaje que los nobles europeos hacían a París y a otras ciudades de Europa en los siglos XVII y XVIII. Con el tiempo, la palabra fue adaptada al inglés, y transformada en *tourism*.

Diferentes autores definen el turismo como un conjunto de actividades de negocios que directa o indirectamente generan bienes y servicios que soportan actividades de negocios, ocios, placer, motivos profesionales y otras relacionadas con personas fuera de su residencia habitual.

De acuerdo con la Organización mundial del trabajo [CITATION OMT15 \l 9226] en su más reciente Panorama del Turismo Internacional (2016), El turismo como actividad económica, experimenta desde hace algunos años un incremento considerable en Latinoamérica, al punto de que en 2015 más de 96 millones y medio de viajeros decidieron visitar la región, la cifra más alta de la década. Además, el área geográfica figura en la cuarta posición de la lista de los principales mercados de turismo y viajes en el mundo, tras Norteamérica, la Unión Europea y el noreste de Asia [CITATION Lui17 \l 9226]

[CITATION Lui17 \l 9226], afirma que la paz firmada entre las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia y el Gobierno de Juan Manuel Santos el pasado año, tiene efectos favorables para el desarrollo de diversos sectores de la economía, entre ellos el turismo. Según Pro-Colombia, entidad encargada de promover el turismo, la inversión extranjera, las exportaciones no minero-energéticas y la imagen nacional colombiana, el sector turístico local mantiene un rápido crecimiento desde hace varios años.; en 2016 se registró la llegada de cinco millones 92 mil viajeros, una cifra histórica.

En Colombia, con la promoción de la economía naranja propuesta desde la presidencia de la República, la industria turística atraviesa su mejor momento; en los últimos años se ha mantenido como el tercer renglón de exportaciones del país, y el primero dentro del sector servicios, con una entrada de divisas que al finalizar el 2014, ascendió a US\$4058 millones. Es el turismo uno de los sectores con mayores oportunidades de desarrollo, generador de empleo y posibilidades de nuevos proyectos, pero con grandes necesidades de innovación, generación de nuevas tecnologías, infraestructuras, variación de su oferta y educación. [CITATION MIN18 \l 9226]

Colombia cuenta con extraordinarios recursos, naturales, culturales y recursos humanos los cuales contribuyen a la competitividad turística de Colombia. En el área de turismo ecológico específicamente el aviturismo, Colombia posee todos los elementos para ser considerado un destino atractivo para todos aquellos turistas que les gusta y apasiona el aviturismo, el cual, consiste en observar e identificar aves en sus hábitats naturales; esta es una actividad que ha tenido un rápido crecimiento, principalmente en países en desarrollo que albergan una enorme diversidad biológica. Colombia,

considerado un país megadiverso, se destaca como una opción especialmente atractiva para la observación de aves por cuanto en su territorio habita el mayor número de especies de aves en el mundo (aproximadamente 1900 especies, el equivalente al 20% de las especies del planeta).

Además de la riqueza de especies, Colombia cuenta con un número grande de especies endémicas (79) y casi endémicas (193), es decir, aves que habitan exclusivamente en áreas geográficas reducidas, así como 139 especies en la lista roja de especies amenazadas de extinción a nivel nacional, muchas de ellas de enorme interés aviturístico (Garzón & Myers, 2016)

En lo que respecta a la zona del Catatumbo, en la cual está enmarcada esta investigación, el turismo rural es una gran oportunidad de recuperación y empoderamiento de las comunidades sobre su territorio, conjugando los intereses del sector turismo, del medio ambiente y de la comunidad local, todo ello relacionado con la gestión del espacio rural y el ordenamiento del territorio, ahora bien, aprovechando las políticas del estado en cuanto a capacitación, promoción y asociativismo, se han encaminado actividades de formación a través del programa “Turismo Rural” a la comunidad de Pueblo Nuevo, corregimiento que hace parte del Municipio de Ocaña Norte de Santander, formación que está enfocada en el desarrollo del capital humano promotor del aviturismo.

Es de resaltar que la educación y formación turística, juegan un papel clave en las estrategias de competitividad del sector de turismo, aun en el turismo rural. Es un hecho constatable que el factor capital humano en turismo está unido muy estrechamente a la calidad del producto turístico, incluido la profesionalidad de trabajadores capaces de transmitir a sus clientes una imagen positiva y una prestación de servicios que posibilite el cumplimiento de expectativas y la repetición o recomendación del destino. (Cuadernos de Turismo, (2009)

Por lo anterior, la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, UFPSO, desde sus grupos de investigación y semilleros de investigación, se ha comprometido con el fortalecimiento de su área de influencia, con el desarrollo de proyectos y programas que involucran la educación y formación de sus comunidades de acuerdo a las necesidades que plantean sus pobladores.

Objetivo

Establecer un programa permanente de educación, hacia la formación del capital humano necesario para el desarrollo del aviturismo en la zona del Catatumbo- Ocaña- Colombia

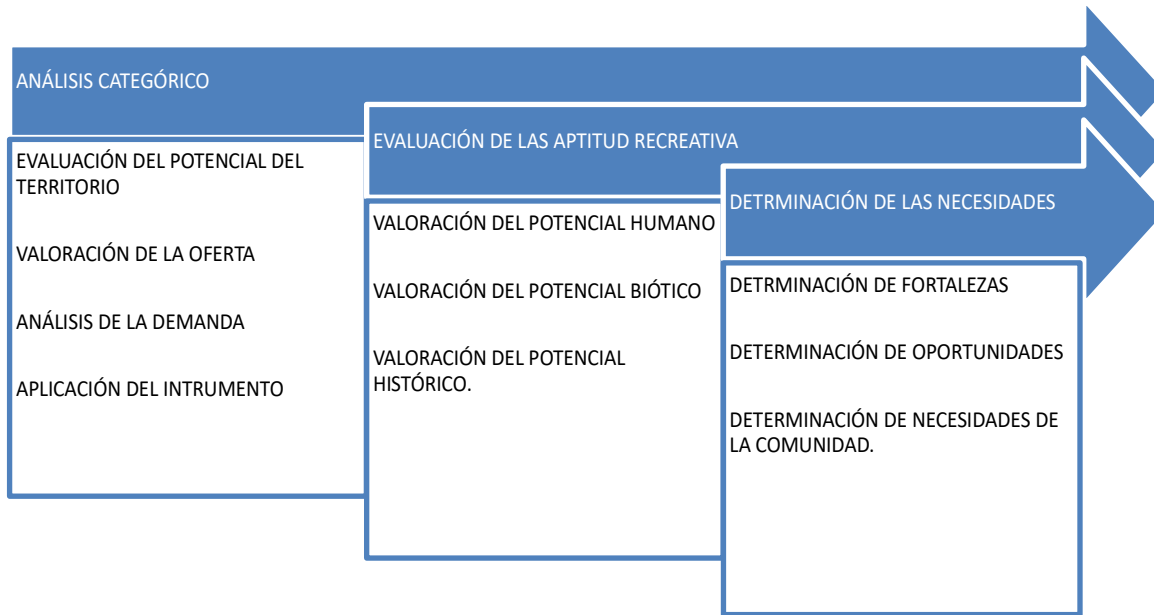
2. METODOLOGÍA

Este trabajo, forma parte del macro proyecto institucional Clúster de Turismo Agroecológico y Cultural - Región de Ocaña, El Catatumbo y Sur del Cesar; para el desarrollo de este proyecto sobre formación de capital humano para el aviturismo, se seleccionó uno de los corregimientos aledaños a la ciudad de Ocaña, el corregimiento de Pueblo Nuevo, el cual presenta una característica muy importante como, ser ruta turística en avistamiento de aves.

Para la ejecución del trabajo, se realizó una revisión sobre la literatura e información del territorio, la infraestructura, el equipamiento y los recursos turísticos, paralelo a esto se desarrolló una investigación cualitativa utilizando como instrumento, la entrevista a diferentes actores del turismo de la Provincia de Ocaña. Se revisó el plan de desarrollo turístico, se realizó en el corregimiento de Pueblo Nuevo entrevistas a habitantes y visitantes; adicionalmente se realizó una investigación cuantitativa exploratoria mediante un sondeo de opinión a visitantes de la reserva El Hormiguero, aplicando un cuestionario estructurado, con esa información se hizo un diagnóstico preliminar sobre los productos turísticos según la demanda y las capacidad de oferta del territorio.

La metodología utilizada para llevar a cabo el proyecto se representa en el siguiente diagrama de flujo propuesto y aplicado por [CITATION Gra96 \l 9226] , para evaluar el potencial turístico de un territorio se incluyeron algunas modificaciones para ajustarla a las características del proyecto.

Figura 1. Diagrama de metodología para la evaluar el potencial turístico del territorio y establecer las necesidades de las comunidades, modificado desde Zimmer (1996).



Fuente: autor

3. RESULTADOS

El análisis categórico, se hizo mediante un estudio de la situación turística existente, siguiendo la metodología propuesta por [CITATION Gra96 \l 9226], (ver figura 1); para determinar el potencial turístico de un territorio, lo que incluye inventarios previos de recursos naturales e infraestructura y servicios básicos para el desarrollo del turismo, valoración de rutas, además de evaluar la demanda y competencia mediante aplicación de encuestas.

El conjunto de atractivos, costumbres, obras y servicios que posee una determinada zona, sirve de plataforma para el crecimiento económico de la misma, la existencia de cierto número de estos elementos garantiza la llegada de visitantes a un lugar. No solo se valora el número de recursos con los que se cuenta, también se valora el estado en el que se encuentran.

Pueblo nuevo se localiza en la zona nor-occidente del municipio de Ocaña, cubriendo una extensión superficial de 0.051 km², equivalente al 8.12% del territorio

municipal. Con 1050 habitantes en el casco urbano, 48% (504) mujeres 52% hombres. 36% de la población femenina (182) son madres cabeza de familia (Sisben, 2017), las cuales devenga su sustento de actividades varias para la manutención de sus hijos. De la población masculina (546), el 70% son menores de 16 años y el 16% son adultos mayores.

Previo al recrudecimiento del conflicto armado, el corregimiento presentaba una dinámica poblacional diferente, un buen número de habitantes dedicados a la actividad agrícola, cultivo del café, apícola y frutícola. Actualmente, la mayoría de los hombres adultos, no se encuentran en el corregimiento, fueron desplazados o murieron en el conflicto.

Hoy la población representativa de la región son los jóvenes, los cuales requieren alternativas productivas para no abandonar la región, se presenta el turismo ecológico como la opción de la economía naranja para mejorar el nivel de vida de sus habitantes que se consideran sobrevivientes de un conflicto generalizado en el país.

El diagnóstico realizado en el plan de desarrollo turístico de Ocaña 2017 en el que se difunden la oferta y las potencialidades del municipio en materia turística, diagnosticó los siguientes tópicos turísticos: Turismo cultural, Turismo histórico, Turismo religioso, Turismo ecológico, el diagnóstico en el corregimiento de Pueblo Nuevo, muestra el potencial para el desarrollo del turismo ecológico. Dado que de las doce áreas identificadas como óptimas para el desarrollo del ecoturismo, seis se encuentran en el área de Pueblo Nuevo, tal y como se observa en la tabla 1.

Tabla 1. Áreas eco turísticas de Ocaña.

<i>Área eco turística</i>	<i>Ubicación - Corregimiento de Ocaña</i>
1. Reserva Natural de Aves Hormiguero de Torcoroma	Pueblo Nuevo
2. Estadero San Luis (Río Algodonal)	La Ermita
3. Corregimientos de la Ermita	La Ermita
4. Aguas Claras	Aguas Claras
5. Pueblo Nuevo	Pueblo Nuevo
6. Otaré	Otaré

7. Buenavista	Otaré
8. Senda caminera Venadillo	Venadillo
9. La Pradera	Pueblo Nuevo
10. Senda caminera Camino del Cauca	Pueblo Nuevo
11. Reserva ecológica del Acueducto independiente Adamiuain	Pueblo Nuevo
12. Senda caminera del Santuario de la Virgen de Torcoroma	Pueblo Nuevo

Fuente. Plan de Ordenamiento Turístico de Ocaña. 2017.

Los resultados obtenidos en la caracterización del territorio, por parte de la UFPSO, define a los jóvenes menores de 16 años, como la población con mayor potencial para el desarrollo del turismo alternativo, pues las características de la región y su vocación agrícola, muestran el ecoturismo como la mejor opción a fin de mantener la identidad cultural de la zona.

La determinación del tipo de turismo a desarrollar en la zona, también tuvo en cuenta la percepción del turista que hoy visita a Pueblo Nuevo.

El análisis se hizo con la información recopilada desde la encuesta de percepción de los usuarios de Pueblo Nuevo. Dicha encuesta fue aplicada a 25 visitantes nacionales y extranjeros, donde se buscaba conocer tres aspectos principales:

1. El perfil de usuario definido a partir de los siguientes parámetros: Edad, Escolaridad, Sexo, Estado Civil, Ocupación y Origen.
2. La opinión de los usuarios acerca de las condiciones biofísicas y de infraestructura en la localidad y los servicios disponibles en el lugar.
3. Hábitos de recreación: la temporada de visitas, motivos por los que visitan el pueblo.

Una vez identificadas las variables más significativas, se realizó un Análisis Cluster con el programa *Statistica*, utilizando una matriz de disimilitud de Pearson, para obtener un ponderador que exprese la percepción de los usuarios hacia el atributo y la necesidad más importante.

En el ponderado se encontró que la necesidad más importante expresada por los usuarios, es la seguridad, en segundo lugar, información histórica e información sobre la biodiversidad.

El atributo más destacado del corregimiento de Pueblo Nuevo, expresado por los encuestados, es la biodiversidad de la zona, y la disposición de los jóvenes frente a la recuperación del territorio y para aprender.

En la caracterización del turista que visita el territorio, se encontró que el turista local, visita la zona con fines de descanso y ofertas gastronómicas, el turista extranjero tiene un perfil más académico y busca atractivos eco turísticos, teniendo en cuenta que muy cerca del lugar existe una reserva de avifauna que alberga una de las aves endémicas del norte de Colombia, el pico de hacha, *Clytoctantes alixii*.

Las fincas cafeteras que aún subsisten en el territorio, poseen el ambiente propicio para el establecimiento de una amplia variedad de aves; la actividad académica (trabajos de grado en el área ambiental y biológica) desarrollada por la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, en la zona, establece que uno de los atributos más significativos es la gran biodiversidad tanto en flora como en fauna, destacando la avifauna.

La avifauna es una de las actividades más promisorias de turismo ecológico, los grupos de investigación de la UFPSO, que lideran este proyecto, junto a los semilleros externos de investigación en la zona del Catatumbo, han promovido la creación de 02 viveros comunitarios de plantas nativas, siembra de árboles, programas de divulgación, programas de capacitación observación de aves, y el compromiso de los caficultores y sus agremiaciones en el proceso.

Producto de la caracterización anterior y con miras a cumplir el objetivo general planteado, el grupo de investigación GIADS, actualmente desarrolla once (11) proyectos entre los que se encuentra la conformación del programa de niños observadores de aves de Pueblo Nuevo, diseño de la ruta ecoturística, "Tras el aroma del café"; inventario de mariposas en la ruta y el diseño y oferta de los diplomados y talleres en aves, café y sus derivados, entre otros.

4. CONCLUSIONES

Se concluye que la población de Pueblo Nuevo tipifica a las poblaciones víctimas del conflicto armado, donde los habitantes que sobreviven a este accionar corresponde a las mujeres, sobre las cuales pesa la manutención de los hijos, con un padre ausente por desplazamiento o muerto, una población de adultos mayores, más una población de jóvenes que deben buscar recuperar el campo y que esperan que la educación los salve de hacer parte de los grupos armados.

Así mismo, se encontró que la necesidad más significativa es la educación de las comunidades para el desarrollo de este turismo alternativo y acoger al tipo de turista que los visita. Las fincas cafeteras existentes, pueden ser el insumo más importante para este propósito, aprovechando el compromiso de entidades gubernamentales y no

gubernamentales como la cooperativa de caficultores, el comité de cafeteros y su Federación Nacional de cafeteros.

El establecimiento de un programa de educación y formación en el área de turismo ecológico, con énfasis en aviturismo, es la necesidad más urgente del territorio a la cual ha dado respuesta la UFPSO, a través de la creación de un semillero de investigación, preparando la población de jóvenes de Pueblo Nuevo como guías de aviturismo, que permitan prestar un servicio integral al visitante.

5. REFERENCIAS

Bañuls, A. L. (2009). *El papel del capital humano en el sector turístico; algunas reflexiones y propuestas*. España: ISSN:1139.

MINTIC. (2018). *Informe de gestión*. Colombia.

OMT. (2015). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/press-release/2016-01-18/las-llegadas-de-turistas->

Pérez, L. A. (2017). *Latinoamérica gana fuerza en mercado del turismo*.

Zimmer, P. (1996). *Evaluar el potencial turístico de un territorio*. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2017/01/267-evaluar-el-potencial-turistico-de-un-territorio.pdf>

Revista Semana. Medio Ambiente. (2018). [Valen más mil volando: el enorme potencial del aviturismo en Colombia](https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/Valen%20m%C3%A1s%20mil%20volando%3A%20el%20enorme%20potencial%20del%20aviturismo%20en%20Colombia). [tps://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/](https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/)

Barrera, E. (2007). *El turismo rural: un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales. Agronegocios alternativos, enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales*. Buenos Aires. Editorial Hemisferio Sur.

Benedetto, A. (2006). *Identidad y territorio: aportes para la revalorización de procesos de diferenciación productiva en áreas de co-existencia geográfica*.

Rimisp. <http://www.rimisp.org/getdoc.php?docid=3762>; consulta: diciembre de 2010.

BID. (2000). *Informe anual sobre actividades de desarrollo rural*. Washington DC.

Debuyst, F. (2009). Lógicas y sentidos de los enfoques territoriales. *Polis* 8 (22), 21-37.

Gannon, A. (1994). *Rural tourism as a factor in rural community economic development for economies transition*. *J. Sustain. Tourism* 1(1-2), 51-60.

García C., J.L. (1996). *El Turismo Rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria*. Estudios Turísticos 122, 45-59.

Gómez P. L. (2017). *Latinoamérica gana fuerza en mercado del turismo*. www.dw.com/es/latinoamérica-gana-fuerza-en-mercado-del-turismo/a-37922522.

IICA, (2000). *Nueva Ruralidad. Serie Documentos Conceptuales. Dirección de Desarrollo Rural Sostenible*, IICA, Panamá.

Leal, M. (2008). *Propuesta de turismo rural para la región andina*.

IICA, <http://www.iica.int/Esp/organizacion/LTGC/agroturismo/ProyectosAndina/ResumenPropuestaTurismoRuralAndino.pdf>. Consulta: mayo 2018.

Plan de Schejtman, A. y Berdegué J.A. (2004). *Desarrollo territorial rural. Debates y temas rurales 1*. Rimisp; Centro Latinoamericano para el Desarrollo. Santiago.

Academia de Historia de Ocaña. (2012). *Pueblo nuevo. Síntesis histórica*.

<http://academiaocana.blogspot.com/2012/07/pueblo-nuevo-sintesis-historica.html>

Sisben, 2017. Informe Estadístico y social Ocaña, Norte de Santander. Colombia

ARTICULACIÓN EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL TURÍSTICA, ACORDE A LAS EXIGENCIAS DE LAS NUEVAS TENDENCIAS GLOBALES DEL MERCADO TURÍSTICOS DE GUANACASTE, COSTA RICA

M.A.R.H. Alex Dávila Romero (1)
M.B.A Damaris Caravaca Mendoza (2)
M.B.A. Guisselle Alvarado Martínez (3)

RESUMEN

La presente investigación permitirá abordar la articulación en la formación profesional turística con respecto al mercado en Costa Rica, en función de establecer las políticas públicas de formación y capacitación; los estándares de calidad y perfiles formativos de los docentes universitarios responsables del proceso de enseñanza-aprendizaje de los futuros profesionales que se insertaran en esta actividad económica; así como la vinculación entre las instancias universitarias y los requerimientos de las empresas turísticas, con el fin de dinamizar el aspecto socioeconómico de la región.

El fin principal es delimitar los requerimientos de las empresas turísticas en función de la formación profesional y perfiles formativos que deben de tener los futuros profesionales en Guanacaste. La metodología es de tipo descriptiva, con base a la realización de encuestas a empresas turísticas de la zona, profesores y estudiantes universitarios y otros entes relacionados con la dinámica de la actividad turística. Así mismo se utilizarán fuentes primarias y secundarias que sustenten los resultados de la investigación.

Se evidencia una falta de articulación entre la capacitación formal y técnica por parte de los entes formativos universitarios y la oferta laboral de las empresas, así como la revisión de las políticas públicas, que sean consecuentes con las exigencias reales del mercado y la actualización de los perfiles de los docentes universitarios.

Palabras clave: Formación turística, nuevas tendencias globales.

(1) Sede Regional Chorotega, Universidad Nacional de Costa Rica, alex.davila.romero@una.cr

(2) Sede Regional Chorotega, Universidad Nacional de Costa Rica, damaris.caravaca.mendoza@una.cr.

(3) Sede Regional Chorotega, Universidad Nacional de Costa Rica, guisselle.alvarado.martinez@una.cr.

SUMMARY

The present investigation will allow to approach the articulation in the tourist professional formation with respect to the market in Costa Rica, in function of establishing the public policies of formation and qualification; the quality standards and formative profiles of the university professors responsible for the teaching-learning process of the future professionals who will be inserted in this economic activity; as well as the connection between the university instances and the requirements of the tourist companies, with the purpose of invigorating the socioeconomic aspect of the region.

The main purpose is to delimit the requirements of tourism companies in terms of professional training and training profiles that should have future professionals in Guanacaste. The methodology is descriptive, based on conducting surveys of tourist companies in the area, professors and university students and other entities related to the dynamics of tourism. Likewise, primary and secondary sources that support the results of the investigation will be used.

There is a lack of articulation between the formal and technical training by the university training bodies and the labor supply of the companies, as well as the revision of public policies, which are consistent with the real demands of the market and the updating of the profiles of university teachers.

PALABRAS CLAVES

KEYWORDS

Tourist training, new global trends

1-INTRODUCCIÓN

El sector turismo representa para la sociedad costarricense una de las principales actividades económicas de mayor generación de ingreso de divisas, estableciéndose como una de las fuentes de empleo que atrae a muchas personas en edad productiva, por lo que la especialización en este campo es de vital importancia para atender la cantidad de visitantes, nacionales, y mayor cantidad extranjeros que ha aumentado su arribo durante los últimos años, por sus atractivos naturales, culturales, conservador y protector del medio ambiente.

Esto por cuanto a que el país ha potencializado las riquezas naturales que posee, tales como playas, bosques, montaña, volcanes, parques nacionales, refugios de vida silvestre y con una cantidad importante de reservas naturales.

La formación de los profesionales que se encargaran de atender a los turistas y de la realización de emprendimientos para el sector turismo, debe contemplar los estándares de calidad y perfiles formativos de los docentes universitarios responsables del proceso de enseñanza-aprendizaje de estos profesionales, esto por cuanto de esta formación dependerá el posicionamiento del país en los mercados internacionales, generando un aumento en la actividad económica.

Al docente universitario se le ha encomendado una responsabilidad social, al dejar en sus manos la ardua tarea de formar los profesionales que estarán dirigiendo las empresas y las actividades que se desarrollarán en el futuro del país. Es por ello que las instituciones de educación superior deben contratar a los docentes que tengan el perfil y las competencias propias de la asignatura que va a impartir, demostrando las capacidades y competencias que además de garantizan el dominio de su disciplina, debe demostrar sus habilidades para enfrentar las condiciones propias de un ámbito cambiante, como consecuencia de la globalización, la tecnología y las comunicaciones.

Por lo que su principal desafío es desarrollar un pensamiento creativo, sobre todo crítico, para cuestionar los aspectos curriculares y culturales, contemplando no

solamente los aspectos teóricos, sino que también los prácticos. Todo ello en procura de una formación integral de los futuros profesionales.

Las universidades serán entonces los responsables de definir el perfil y las competencias de los académicos que serán reclutados y posteriormente seleccionados para la contratación del personal que se encargara de la formación profesional de los encargados de la actividad turística del país.

2-POLITICAS PUBLICAS DE FORMACION Y CAPACITACION

Los cambios vertiginosos y acelerados por la globalización a nivel mundial han transformado en los últimos tiempos al turismo, las empresas turísticas deben innovar, ser dinámicas y visionarias para hacerle frente a lo que demanda la sociedad en la actualidad. La competencia exige nuevos modelos de formación y en donde el estado permea de forma maleable dicha actividad económica que a cada país beneficia a su región y contribuye a un mayor crecimiento económico reflejado en el Producto Interno Bruto (PIB) de cada nación.

En el caso de Costa Rica, las Políticas Públicas de Formación y Capacitación lo brinda en un primer plano el Ministerio de Educación Pública (MEP), bajo la modalidad comercial y servicios, en la especialidad turismo ecológico y con un diseño curricular bajo el modelo de educación basada en normas por competencia. Cabe destacar, que la educación a nivel de Preescolar, Primaria y Secundaria es totalmente gratuita y suministrada por el Estado, y existen también educación privada, igualmente en Educación Técnica, Parauniversitaria y Universitaria.

El Ministerio de Educación Pública, por medio de la Educación Técnica Profesional, forma técnicos en el nivel medio capaces de dar respuesta a estas nuevas necesidades y tendencias mundiales, utilizando la primicia el principio que mediante la educación es el instrumento básico para el desarrollo personal y de la sociedad, además, habiendo mejorado el plan de estudio de la especialidad de turismo en hotelería y eventos especiales con el fin de adecuarlo a las exigencias comerciales y empresariales. MEP (2009).

A nivel de Educación técnica están el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), el Colegio Universitario de Cartago y el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), los cuales también ofrecen capacitación en turismo.

Además, existen otros cinco centros universitarios privados imparten el bachillerato en Turismo, así como, las Universidades Públicas de Educación Superior Estatal, (Universidad de Costa Rica (UCR), Universidad Nacional (UNA), Instituto Tecnológico de Costa Rica (ITCR), Universidad Estatal a Distancia (UNED) y la Universidad Técnica Nacional (UTN), ofrecen el bachillerato en la carrera de Turismo con diversos énfasis, la UCR y la UNA con diversas especialidades a nivel de Licenciatura y con Posgrado de Turismo solamente la UNA.

Nuestro país ha logrado atraer a organizaciones como la Organización de Estudios Tropicales, que reúne a 55 universidades de reconocido prestigio internacional, al Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) y al Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), instituciones que durante muchos años habían realizado investigación de primer orden en el país y se habían encargado de difundir el nombre de Costa Rica entre académicos, grupos ambientalistas y público interesado en el tema, como un país muy especial por su biodiversidad y compromiso con la conservación del medio ambiente.

También, Costa Rica había logrado crear un sistema de parques nacionales ejemplar y de relativamente fácil acceso que, en la actualidad, comprende un importante porcentaje del territorio nacional. Todo ello contribuyó a posicionar el país como un destino muy atractivo para todos aquellos turistas que, por razones profesionales o personales, estaban interesados en temas ambientalistas y naturalistas. (Sánchez, José A, 1996).

En este contexto, las Políticas Públicas de Formación y Capacitación en materia de turismo implementadas en Costa Rica han creado una necesidad cada vez mayor de personal especializado que contribuyen a generar competitividad entre las mismas empresas turísticas, y al mejorar sus servicios, aumenta la demandan por parte de sus usuarios.

3-PERFIL DEL DOCENTE UNIVERSITARIO

La **Docencia universitaria**, es el proceso en el cual se está en un nivel elevado en la enseñanza aprendizaje que requiere un mayor nivel de exigencia intelectual, tanto del que enseña como del que recibe la generación de conocimiento. “La docencia universitaria aparece así ligada a un conjunto de competencias didácticas en cuya génesis juegan un importante papel el conocimiento teórico-práctico y la actividad reflexiva sobre la práctica” (Barrón, 2009, pág.78).

Es importante contextualizar los términos que en materia de la docencia universitaria se deben considerar, tal como la **Praxis pedagógica**, es el acto de implementar y activar la transferencia de conocimientos mediante la implementación de los procesos de mediación pedagógica.

Está íntimamente vinculado a los conceptos de dialogicidad, acción reflexión, autonomía, educación liberadora, docencia y atraviesa muchos otros, pues su obra es impensable sin la relación estrecha que se establece entre la teoría, en su sentido originario entre los griegos, y la práctica educativa, entendiendo todo el acto del educador como educativo. Praxis puede ser comprendida con la relación estrecha que se establece entre un modo de interpretar la realidad y la vida, y la consecuente práctica que proviene de esta comprensión, conduciendo a una acción transformadora. (Strek, Reding, & Zitkoski, 2015, pág. 157)

La praxis pedagógica se refiere a todas las actividades o los procesos, por los cuales la teoría pedagógica de la enseñanza-aprendizaje, pasa a la práctica, en tanto que el **Proceso de mediación pedagógica**, es un proceso constructivista mediante el cual se establece una relación entre el estudiante y el docente, donde éste se apoya en los contenidos que pretende crear.

De hecho, Strek, Reding, & Zitkoski (2015) expresan que la mediación pedagógica “está constituida por el proceso de relaciones que construyen las culturas, la historia, en que el trabajo humano es mediador de la transformación del mundo” (pág. 323). Puede describirse como un proceso mediante el cual el docente utiliza y promueve una serie de acciones debidamente estructuradas con las que se pretende facilitar el aprendizaje de los estudiantes.

El **Proceso de enseñanza aprendizaje**, consisten en el desarrollo de las distintas actividades en las cuales el docente acompaña al estudiante, mediante una relación donde el profesor trata de generar los conocimientos mediante técnicas y estrategias que facilitan la interacción con el propósito de lograr que el estudiante se interese en el tema o disciplina que desea crear.

Perfil de salida del profesional: Como se citó en el párrafo anterior, la innovación empresarial tiene sus exigencias de acuerdo con el perfil de salida del profesional que pretende, el que debe ser con una formación integral más crítico y objetivo. Por ello los objetivos trazados en el proceso enseñanza aprendizaje deben ir acorde con las distintas necesidades que demandan las empresas e instituciones porque quiérase o no se debe formar profesionales competitivos en las distintas áreas o disciplinas. Ciertamente,

El buen docente -fuera de ser eminente en conducir el proceso de enseñanza aprendizaje de su propia área- es el que *contribuye también* a formar la personalidad total del universitario en los aspectos intelectual, cultural, artístico, deportivo, ético y religioso; en los campos de la salud física y mental; en la

maduración de la personalidad; en la actitud de servicio a la sociedad en la cual vivimos. Personalidad total que deberá caracterizar al egresado. (Neira, s.f.,pág. 5)

Es por eso por lo que los procesos de enseñanza aprendizaje deben dirigir sus esfuerzos a formar profesionales que razonen, que piensen que tengan iniciativa, que planteen soluciones y no estén supeditados a recibir órdenes para poder actuar.

En el mundo que vivimos emerge una nueva generación producto de los cambios provocados por la apertura comercial y la globalización que como consecuencia de las exigencias de esa transformación se vuelve más exigente en todos los sentidos, esto provoca igualmente las exigencias en la transformación del perfil de salida de los profesionales que requiere.

Esta exigencia del perfil de salida exige un profesional con una formación integral con amplios conocimientos en tecnología, idiomas, aspectos sociales, ambientales y otros. “Le corresponde al sistema universitario preparar estudiantes que sepan adaptarse a situaciones laborales complejas y dinámicas” (Núñez, 2015, pág.18).

En concordancia con Núñez y como consecuencia de todas esas exigencias el perfil de salida que el mercado exige, las universidades deben promover programas y actividades que logren la salida de los profesionales que se necesitan.

La importancia en conocer **las estrategias de enseñanza y de aprendizaje** permite analizar cada una de las formas básicas de enseñar a través de trabajos de grupos e interacción intergrupala. Se pretende recuperar la tarea sustantiva de enseñar, desde un espacio singular único, pequeño en cuanto a sus dimensiones físicas y sociales, importante en cuanto a la significación individual y social que ha adquirido desde la universalización de la escuela: la clase (San Jurjo & Rodríguez, 2005).

El Perfil académico, se debe direccionar en:

- La Implementación en la calidad epistémica
- Desarrollar la rigurosidad conceptual y disciplinaria
- Implementar el dominio metodológico e instrumental.
- Desarrollar el compromiso personal
- Implementar el compromiso ético
- Desarrollar el compromiso con la institución
- Aplicar un compromiso social
- Trabajar más en ser un profesional reflexivo.
- Aplicar la arquitectura de los cursos
- La caracterización de excelencia del docente universitario.
- Profundizar en la evaluación alternativa
- Trabajar en la estructura de la evaluación

Este perfil académico universitario debe ajustarse a las dimensiones e indicadores propuestas por (González, 2016), las cuales se indican a continuación:

- Competencia en la Mediación Pedagógica:
- Utilización de diferentes metodologías y recursos en la enseñanza aprendizaje
- Aplicación de la investigación dentro del eje esencial del aprendizaje
- Implementación de una cultura evaluativa
- Aplicación de una cultura de inclusión
- Implementación en los ejes transversales de la universidad
- Desarrollo en la cultura evaluativa y de seguimiento
- Planificación y organización en el proceso de enseñanza y aprendizaje.
- Participación en proyectos de extensión
- Involucramiento en producción intelectual (González, 2016).

Este perfil académico propone un gran desafío, que se expone a continuación:

- Ser un agente dinámico, cambiante, constructivo, y generador de conocimiento.
- Propiciar un proceso de autorreflexión constante y análisis crítico sobre la teoría y práctica de las personas participantes
- Integrar activamente a los actores y participantes
- Optimizar las contradicciones y conflictos entre los participantes
- Establecer un compromiso docente en la transformación de los participantes
- Analizar y reflexionar sobre los aspectos prácticos realizados a la fecha para hacer un diagnóstico y autocrítica para modificar lo que corresponda
- Modificar los modelos y prácticas arraigadas en nuestro quehacer académico.

4-Perfiles de puestos que requieren las empresas:

Los perfiles de puestos se originan de la clasificación de puestos, las empresas deben realizar este proceso que consecuentemente van creando otros procesos del subsistema de recursos humanos. Los perfiles de puestos muestran las tareas, responsabilidades, autoridad, características organizacionales, condiciones de trabajo, habilidades y requisitos que debe tener el aspirante al puesto solicitado en una empresa.

De acuerdo con (Zelaya - Lucke, 2006, pág. 3) La clasificación de puestos consta de las siguientes etapas:

La recolección de la información sobre tales puestos, el análisis de la información, la agrupación de los factores similares, la descripción de las tareas, las condiciones organizacionales y ambientales, las características personales, la consecuencia en el error y los requerimientos académicos, de experiencia y legales.

El comportamiento y la actitud del personal tiene relación directa con la clasificación de puestos, de todo lo anterior depende que realicen un excelente trabajo que va a repercutir en la competitividad de la empresa. Este elemento marca la forma cómo se debe llevar el proceso de reclutamiento, selección de personal, la valoración de puestos, la capacitación y la carrera administrativa de los empleados.

Porque es importante para la organización la clasificación de puestos, esta acción permite analizar procedimientos y métodos de trabajo, establecer líneas jerárquicas y definir una adecuada estructura organizacional, asignar responsabilidades, atraer al candidato idóneo para el puesto, permite delimitar las funciones al personal y la adecuada supervisión, refleja la escala salarial que se le debe asignar al empleado considerando su puesto, evita las interferencias de mando, facilita la rotación del personal en ascensos, entre otros.

Puestos requeridos del Hotel Melia Conchal al iniciar sus operaciones. Hoy Hotel Westin Golf Resort & Spa Playa Conchal:

El Westin Playa Conchal, posee 406 habitaciones, está situado en la Playa Conchal en Cabo Velas, a 45 minutos en automóvil del Aeropuerto Internacional de Guanacaste, su playa compuesta de partículas pequeñas de conchas, aguas cristalinas. Incluyen una piscina estilo laguna, jardines, canchas de tenis, campos de golf y bungalows con techo de paja y el Westin Spa hacen una estadía placentera (Westin Hotels and Resort, 2019).

A continuación, se describen los diferentes puestos:

Jefe de recepción, recepcionistas, ama de llaves, secretaria de ama de llaves, asistente de ama de llaves, supervisoras de pisos, encargado de ropería, costurera, mozos (conserjes de áreas públicas), ayudantes de supervisores, pulidores, conserjes, capitán de botones, botones, jefe de lavandería (industrial), supervisor de lavandería, planchadores, operadores de mangle, lavaderos, mecánico de lavandería, telefonistas, capitán de restaurante.

Como se observa, requieren de puestos operativos, no en puestos administrativos, en su gran mayoría los puestos de mandos medios están ocupados por extranjeros.

Hoteles Hilton

La marca Hilton posee 17 marcas, está representada en 113 países, cuenta con más de 5.700 propiedades. Algunas de sus marcas son Waldorf Astorias hotels and Resort, LXR hotels and Resort, Conrad hotels and Resort, Canopy by Hilton, Signia Hilton, Hilton. Posee 923.000 habitaciones en todo el mundo.

Han obtenido constantemente el título de "Excelente lugar para trabajar" y, en 2016, Hilton fue nombrada una de las 25 "Mejores compañías multinacionales para trabajar en el mundo" (Hilton, 2019)

Utilizan un sistema para la gestión de recursos humanos llamado Taleo X. Taleo es un proveedor de software de gestión de talentos basado en la nube que fue adquirido por Oracle en febrero de 2012 (TechTarget, 2019). Este departamento promueve su sitio web www.hiltonworldwide.com con el fin de reclutar personal, el oferente debe seguir los pasos indicados en ese sitio.

Clasificación de puestos: Se mencionan algunos.

- Calificados (Electricista, estilista)
- Semicalificados (Operadores de Mantenimiento)
- Especializados (Ebanistas, Técnicos en A/C)
- No calificados (Camareras, misceláneos, lavaplatos)
- Técnicos (Saloneros, bartender, personal de cocina)
- Diplomados
- Universitarios

Requisitos para trabajar en la hospitalidad según Hilton:

- Contar con un certificado de estudios técnicos y/o profesionales del INA o de cualquier otra institución de educación válida de acuerdo al área de trabajo.
- Tener conocimientos básicos de Inglés y/o de otro Idioma.
- Haber trabajado en la Industria Hotelera, Restaurantes, Bares, Eventos, Salones.
- Tener 20 años cumplidos al momento de la solicitud.
- Contar con disponibilidad de tiempo.

Puesto: Supervisor de Reservas:

- Inglés Avanzado
- Orientado a la atención de servicio al cliente
- Habilidades interpersonales y de comunicación
- Organización y liderazgo
- Disponibilidad de horarios
- Manejo de personal
- Preferible experiencia en Reservas y recepción

Realizan Evaluación del desempeño basado en competencias:

- Practicar los Valores
- Calidad
- Productividad
- Dependencia
- Foco en el cliente
- Trabajo en Equipo
- Adaptabilidad

Compensación salarial

- Salarios de ley
- Depende de la clasificación de puesto
- Estudio comparativo de salarios
- Bonos anuales de acuerdo al logro de metas
- Programa de incentivos
- Programa de beneficios (Alimentación, uniformes,

transporte, celebraciones,
hospedaje, entrenamiento,
descuentos etc)

**Plan de entrenamiento -
Capacitación y Desarrollo
Básicos de Hilton:**

Pre – orientación 17 días
Job Skills certification 45 día
Maestros del servicio 60 días
Orientación 15 días
Hilton reunión 45 días

**Actividades que realizan con el
personal**

Celebración del día de San Valentín y
día de la mujer
Celebración de cumpleaños
Semana de ama de llaves y de la
sonrisa
Triatlón Hilton y mes de las culturas
Fiestas de fin de año
Reciclaje, reforestación y limpieza
Semana del servicio y playa

Con la comunidad:

Semana de la juventud
Celebraciones y donaciones
Celebración del día del padre y de la
madre

5-PRINCIPALES CONCLUSIONES

No cabe duda de que la docencia no es igual, sobre todo porque los contenidos son distintos, la población de estudiantes es distinta, pero también los cambios que implementan los docentes también son lentos. Muchas veces la actividad docente está sometida a determinados patrones impuestos en la cultura escolar, cultura que consagra y perpetua una serie de usos y de costumbres que hacen difícil la “ruptura” con los moldes preestablecidos por exigencias de todo tipo que hacen prácticamente imposible mutaciones y cambios importantes (Sanjurjo & Rodríguez, 2005, pág. 191).

La realidad de la práctica de la enseñanza es muy compleja ya que interactúan múltiples variables, entre ellas: las de tipo personal, institucional, burocrático, de recursos, de contenidos, de tipo organizativo, de tiempo, de relaciones interpersonales, de exigencias procedentes de la administración, de las relaciones entre compañeros y compañeras de trabajo, de limitaciones de la propia formación, de prescripciones del currículum oficial y formal, de las demandas de las familias, de las necesidades de la atención a las diferencias individuales, entre otras.

Por tanto, el término mejorar la “práctica educativa” es un enfoque de reflexión orientado a lo que se hace, cuáles son las posibles alternativas, y porque de esas alternativas, se basa también en que el profesorado reflexione sobre sus propias prácticas y del porque lo hacen. Se debe interactuar con otros compañeros y compañeras para determinar que estrategias y tipos de tareas realizan, enriquecer ideas, y otras prácticas educativas.

Es importante explorar, estudiar y aplicar las diferentes alternativas disponibles, para que la enseñanza y aprendizaje genere conocimiento en los estudiantes.

La complejidad de la práctica docente nos ha llevado a reflexiones críticas entorno a la mediación pedagógica universitaria y los principales desafíos que enfrenta la educación superior, su pertinencia en la función pedagógica.

Es importante incorporar la utilización de diversos instrumentos de aprendizajes basados en la innovación tecnológica que permitan la construcción del conocimiento.

La práctica docente en la actualidad debe incorporar todos los aspectos relativos a la aceptación de la diversidad para formar profesionales inclusivos.

Los modelos evaluativos cambian de una evaluación sumativa a una alternativa que permiten diversas formas de evaluación con procesos más participativos, dialógicos, e integrales.

De acuerdo con lo analizado en las distintas teorías se puede diseñar una estructura propia de los cursos incorporando los elementos básicos de este nuevo modelo.

La caracterización del docente universitario debe permitir un enfoque de aprendizaje basado en la emancipación pedagógica y la igualdad en la docencia con el fin de generar conocimiento crítico y reflexivo con compromiso personal, ético, institucional y social.

Se han identificado en los diferentes instrumentos que se utilizan en el proceso de enseñanza aprendizaje, la forma adecuada de planificación y evaluación de acuerdo con este modelo con el fin de formar profesionales reflexivos, críticos, objetivos y creativos que puedan ser entes de cambios en la sociedad.

La clasificación de puestos que las empresas hoteleras abren en sus procesos de reclutamiento en la zona receptora es para puestos operativos, y administrativos, pero no para puestos de jerarquía y autoridad y de mandos medios, en su mayoría estos puestos están ocupados por extranjeros, utilizando el sistema de expatriación de gerentes, optando para ello con la indicación de que en el país existe inopia para llenar estos puestos y así poseer de los beneficios que la Ley les otorga para atraerlos internacionalmente.

6-REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

Cerletti, A. (2003). La política del maestro ignorante. *Educación Social Campinas*.

González, F. (2016). Reflexiones críticas en torno a la mediación pedagógica universitaria. *Mediación Pedagógica de profesionales en ejercicio*. Liberia, Guanacaste, Costa Rica: Educología- CIDE.

Hilton. (15 de junio de 2019). *Hilton.com*. Obtenido de <https://jobs.hilton.com/>

Sanjurjo, L., & Rodríguez, X. (2005). *Volver a Pensar la Clase. Las formas básicas de enseñar*. Argentina: Ediciones Homo Sapiens.

TechTarget. (15 de Junio de 2019). *Software de Recursos Humanos*. Obtenido de <https://searchhrsoftware.techtarget.com/definition/Taleo>

Westin Hotels and Resort. (15 de Junio de 2019). Obtenido de <https://www.marriott.com/hotels/hotel-rooms/lirwi-the-westin-golf-resort-and-spa-playa-conchal-all-inclusive/>

Sánchez, José Alfredo, Barahona, Juan Carlos, Artavia, Roberto (1996) **Turismo en Costa Rica: El Reto de la Competitividad**. CEN

Zabalza, M. A. (2003). **Competencias docentes del profesorado universitario**. Calidad y desarrollo profesional. Madrid: Narcea.

Zelaya - Lucke, J. (2006). *Clasificación de Puestos*. Costa Rica: EUNED.

1. Máster en Administración de Recursos Humanos, Licenciado en Administración con énfasis en Recursos Humanos, Bachiller en Administración con Concentración en Contabilidad y Finanzas, en la Universidad Nacional de Costa Rica. Investigador GT-CLACSO y Profesor Universitario en la Universidad Nacional de Costa Rica y en la Universidad de Costa Rica. alex.davila.romero@una.cr, adavilar2007@gmail.com.
2. Máster en Administración de Negocios, con énfasis en Dirección Empresarial de la Universidad Latina de Costa Rica, Bachiller en Turismo y Especialidad en Hotelería. Investigadora y extensionista en la Universidad Nacional de Costa Rica. También es autora de diversas publicaciones en el área de turismo dirigidas a público universitario y comunidades. damariscm@hotmail.com, damaris.caravaca.mendoza@una.cr.
3. Doctoranda en Ciencias de la Administración de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica (UNED), Mágister en Administración de Empresas con Énfasis en Recursos Humanos de la Universidad de Costa Rica, Licenciada en Contaduría Pública, Licenciada en Ciencias de la Educación con Énfasis en Docencia. Docente Universitaria, Universidad Nacional de Costa Rica y Universidad de Costa Rica e Investigadora GT-CLACSO. aguisselle@gmail.com, guisselle.alvarado.martinez@una.cr.

MESA COORDINADA 1

**ANTROPOLOGÍA APLICADA: ETNOGRAFÍA Y RESILIENCIA
EN CIUDADES TURÍSTICAS EN EL CARIBE MEXICANO**

UNA APROXIMACIÓN TEORICO-CONCEPTUAL DE LA RESILIENCIA EN CIUDADES TURÍSTICAS CON UN ENFOQUE ECOSISTÉMICO

Dra. Bonnie Lucía campos Cámara¹

Resumen

Las costas están enfrentando riesgos cada vez mayores no solamente provenientes del aumento de la población y del aumento del desarrollo urbano turístico. Las amenazas se intensifican por el aumento en la población o por una planeación deficiente (Lam, 2016). El cambio climático es también una amenaza potencial para las comunidades costeras y demuestra la interdependencia entre los sistemas sociales, económicos y humanos y la vulnerabilidad del ecosistema en estas zonas. Esta interdependencia ha sido estudiada desde diversos enfoques teóricos, que desde nuestra perspectiva ayudan, pero no son suficientes para explicar lo que acontece en los espacios locales, para empezar, no existe la dualidad sino la ineludible conexión entre ambos, y para ello el método etnográfico y el trabajo de campo son especialmente apropiados para comprender la realidad socio-natural.

Palabras claves Resiliencia , enfoque ecosistémico , ciudad turística.

Introducción

Es importante señalar que la comprensión actual de las interacciones sociedad-naturaleza tiende a ser limitada debido a que las diferentes disciplinas científicas usan distintos vocabularios así como modelos de gestión para describir y analizar los usos del suelo y los ecosistemas. Sin duda, hay mayor atención en estudiar los sistemas naturales, sin considerar las interacciones existentes con los sistemas sociales. Por ello, se valoro el enfoque ecosistémico que se desarrollo con la finalidad de ofrecer una conceptualización teórica que ofrece una visión holística capaz de integrar las relaciones entre la sociedad humana y la naturaleza.

¹ Universidad de Quintana Roo, México, bonnie@uqroo.edu.mx.

La resiliencia

El concepto de resiliencia es un término complejo que se ha utilizado recientemente en ciencias sociales y ambientales, con un carácter y enfoque multidisciplinar. Sus acepciones originales se encuentran en la ingeniería y en la ecología, pero con muchas diferencias significativas entre cada una de ellas. Desde la física de materiales, el autor Holling (1973) ha definido la resiliencia como la propiedad de un material de absorber y almacenar una determinada cantidad de energía sin romperse, y recuperando luego su forma original. Esta definición se apoya en el concepto del equilibrio estático y remarca la cualidad de volver a un estado estable existente antes de una perturbación, desde la base de un comportamiento lineal. En la ecología, el concepto introducido por Holling (1978) durante la década de los setenta, pretende entender la dinámica de una manera no lineal de los sistemas naturales, considerando que es parte del poder explicar, el grado de perturbación que un ecosistema puede llegar a absorber y todavía permanecer en el mismo estado, además de reconocer su capacidad de auto-organización y con ello alcanzar una nueva situación de equilibrio.

Una de las contribuciones que es importante considerar en este capítulo es la del Colectivo la Resilience Alliance², en sus definiciones señalan que es urgente vincular y hablar de una resiliencia *socioecológica*, la cual considera explícitamente las interrelaciones entre aspectos sociales y ambientales (tradicionalmente estudiados de forma disciplinar), remarcando la capacidad de aprendizaje de los sistemas *socioecológicos*³ para afrontar las condiciones adversas, para aprender de las crisis pasadas y poder adaptarse a las nuevas circunstancias para con ello alcanzar nuevos estados de normalidad.

La finalidad es adoptar un enfoque sistémico porque se centra en la comprensión de cómo reaccionan estos sistemas frente al cambio, esto funciona con el fin de preparar a las poblaciones, las comunidades y a los diversos sectores a afrontar de mejor manera y buscar adaptarse a los impactos y cambios que se generan a largo plazo (Roca E. y M. Villares, 2014)

Sin duda, entendemos que la resiliencia socioecológica en los destinos turísticos, poseen una característica propia como sistema compuesto por una matriz territorial, y

2 Más información en: <www.resalliance.org>.

3 Un sistema *socioecológico* en la zona litoral podríamos definirlo como un complejo dinámico de relaciones entre comunidades vivas y su medio ambiente. Son estructuras jerárquicas abiertas y complejas que se desarrollan en el tiempo y el espacio de forma *multiescalar* bajo condiciones de incertidumbre.

en donde la actividad turística juega un papel destacado junto a otras actividades económicas, a las comunidades y las diversas formas de utilización o manejo de los recursos naturales como capitales a futuro. El tiempo y el clima son componentes integrales de éstos, junto a otras dinámicas económicas, sociales y culturales, que impactan en las formas de relación, uso y abuso del capital natural y social de las ciudades costeras en Quintana Roo.

EL enfoque ecosistémico

Las áreas costeras favorecen la concentración de la población. Entre otras razones, por las facilidades del medio marino para ciertas actividades como la pesca, el turismo (infraestructura y servicios). Son diferentes autores e instituciones internacionales que subrayan el proceso de concentración en las áreas costeras que provoca en los ecosistemas costeros marinos condiciones muy dinámicas y frágiles además de graves deterioros. Pero estos suelen evolucionar hasta convertirse en importantes problemas y conflictos sociales así lo refiere el autor, (Barragán, 2014), y que estos se traducen en la pérdida de importantes servicios eco sistémicos (UNEP, 2006, 2012).

Otro a elemento a considerar sobre la zona costera, es su amplia eco-región con intensas interacciones físicas, biológicas y socioeconómicas, donde ocurren un dinámico intercambio de energía y materiales entre el continente, las aguas dulces, la atmósfera, y el mar adyacente; típico de esta región son la llanura (planicie) costera, cuenca baja de los ríos, humedales, manglares, dunas, lagunas costeras, estuarios y el océano adyacente.

El enfoque-ecosistémico para el manejo de lagunas costeras y estuarios, fue publicado por Day y Yáñez-Arancibia (1982) que:

- a. Provee un marco de trabajo para la planificación y la toma de decisiones.
- b. La sociedad se sitúa en el centro del manejo de la biodiversidad.
- c. Se enfatiza en los beneficios funcionales que ofrece el ecosistema.
- d. Se enfatiza en el manejo de la biodiversidad más allá de los límites de las áreas naturales protegidas.
- e. Las áreas protegidas son reconocidas como de vital importancia para la conservación.
- f. El enfoque es flexible con respecto a escalas espaciales y temporales.
- g. La sociedad juega un papel importante en el manejo del suelo, del agua y los recursos extraíbles.

- h. El manejo debe considerar los efectos reales y potenciales de las actividades de desarrollo en ecosistemas vecinos.
- i. Reconoce las ventajas económicas de un manejo racional y articulado.
- j. El manejo debe ser descentralizado al menor nivel de decisión posible (municipal).

Por lo tanto, el enfoque-ecosistémico es de vital importancia para contender con el manejo-ecosistémico de lagunas costeras y estuarios con sus correspondientes planes de protección, mitigación y adaptación frente a los impactos que induce el cambio climático. El cambio climático y sus efectos sobre la zona costera está normando fuertemente por los procesos del manejo ecosistémico.

El enfoque ecosistémico es una estrategia para el manejo integrado de la tierra, el agua y los recursos vivos, promoviendo su conservación y uso sostenible de forma justa y equitativa. Como se señala en el Convenio de Diversidad Biológica (CDB), el cual comprende 12 principios. Se han efectuado varios intentos para clasificar estos principios, sea por orden de importancia o por tema, con el fin de buscar la mejor forma para su aplicación. Si bien, estos esfuerzos son interesantes desde el punto de vista conceptual, se carece de asistencia práctica en la aplicación del enfoque ecosistémico en el campo. La Comisión de Manejo Ecosistémico (CME) de la UICN ha producido este documento con el fin de contribuir a llenar este vacío. Hemos agrupado en subconjuntos los principios del enfoque ecosistémico en una secuencia lógica que promueva la discusión, planificación y acción paso a paso. Está claro que ningún aspecto de un ecosistema puede verse aisladamente por mucho tiempo, y aquellos aspectos que son abordados al inicio de la secuencia descrita más abajo debe ser revisada de manera regular.

El enfoque ecosistémico, es una estrategia que busca lograr un equilibrio entre los tres objetivos del Convenio de Diversidad Biológica: 1. conservación uso sostenible, 2. la distribución justa y 3. equidad de los beneficios obtenidos de los recursos genéticos.

No existe una manera única y correcta para aplicar el enfoque ecosistémico, los 12 principios que conforman la base de este enfoque son flexibles y pueden adaptarse a diferentes contextos sociales, económicos y ambientales. Estos principios son los siguientes:

1. La elección de los objetivos de la gestión de los recursos de tierras, hídricos y vivos debe quedar en manos de la sociedad.

2. La gestión debe estar descentralizada al nivel apropiado más bajo.
3. Los administradores de ecosistemas deben tener en cuenta los efectos (reales o posibles) de sus actividades en los ecosistemas adyacentes y en otros ecosistemas.
4. Dados los posibles beneficios derivados de su gestión, es necesario comprender y gestionar el ecosistema en un contexto económico.
5. A los fines de mantener los servicios de los ecosistemas, la conservación de la estructura y el funcionamiento de los ecosistemas debería ser un objetivo prioritario del enfoque por ecosistemas.
6. Los ecosistemas se deben gestionar dentro de los límites de su funcionamiento.
7. El enfoque por ecosistemas debe aplicarse a las escalas espaciales y temporales apropiadas.
8. Se deben establecer objetivos a largo plazo en la gestión de los ecosistemas.
9. En la gestión debe reconocerse que el cambio es inevitable.
10. En el enfoque por ecosistemas se debe procurar el equilibrio apropiado entre la conservación y la utilización de la diversidad biológica, y su integración.
11. Se debe tomar en cuenta todas las formas de información, incluidos los conocimientos, las innovaciones y las prácticas de las comunidades científicas, indígenas y locales.
12. Deben intervenir todos los sectores de la sociedad y las disciplinas científicas pertinentes.

El enfoque ecosistémico constituye un marco para el análisis amplio. Bajo estas consideraciones concurren las dimensiones social, económica y ambiental que facilitan una mayor aproximación a lo real concreto contemporáneo que está ocurriendo en el ecosistema, así como también la proyección de acciones futuras, necesarias, a fin de encauzar su sostenibilidad. Este enfoque tiene como parte esencial al hombre en su interacción con la naturaleza y al hombre en su propio desarrollo; de ahí su valor, a los efectos de la concurrencia de las dimensiones social, económica y ambiental.

Las ciudades turísticas

En el contexto actual, en el que la globalización económica y los desplazamientos internacionales aumentan de forma imparable y en donde la circulación de ideas y conocimiento son tan dinámicos y tienen inmediatez, el marketing turístico, y más concretamente el marketing de ciudad turística, adquiere una gran importancia como potenciador del crecimiento económico de los destinos y las ciudades.

Las ciudades turísticas se originaron con un patrón de ocio vinculado y conectado con el sol y la playa, le imprimieron la diferencia en un primer momento, pero esto no ha sido suficiente para determinar sus cualidades que favorezcan el interés en los ojos de los otros, para determinar su necesidad o gusto por realizar una estancia. La distinción se marca a través de muchas cualidades que se crean a lo largo de su trayectoria de su consolidación como centro turístico competitivo.

Frente a otras que ofrecen en origen lo mismo, las ciudades locales deben hacer del espacio social y territorial una fuente de esas opciones que generan experiencias únicas y repetibles. Sin duda, el turismo es uno de los factores que, en la actualidad, ejerce mayor influencia sobre el desarrollo urbano y el ordenamiento territorial de una ciudad.

El fenómeno del turismo también permite vislumbrar otros aspectos que competen a las ciudades. En este sentido, Castells (1997) destaca que “la estructura de la economía global la produce la dinámica de la competencia”

Asimismo, Benko (2000), coincide en que la mundialización trajo aparejado el incremento de la competencia en las décadas de 1980 y 1990 principalmente, lo cual, sumado a la necesidad de darle valor a lo local, junto con las posibilidades otorgadas por las nuevas herramientas de la comunicación y el marketing, derivó en un proceso de incremento en el desarrollo del marketing urbano para hacer frente a la competencia entre ciudades, a escala nacional e internacional.

Las ciudades están inmersas en esta lógica que las empuja a posicionarse en el mercado mundial como centros de negocios, de turismo, de cultura y de innovación, sin embargo, no es suficiente la dinámica sino atendemos las experiencias que dejan huellas, a veces que no pueden desaparecer, pero que, si nos permiten no olvidar para no repetir, sobre todo en términos de los recursos naturales.

La mercantilización de la ciudad turística que, al ingreso de mercancías -servicios- entra en la lógica de la competencia por una porción del mercado. Así, la conformación de este o aquel producto implica, a su vez, la adopción de estrategias de marketing para construir una marca de ciudad que resulte atractiva, y que esté basada en ciertos rasgos de identidad. Esta identidad, en paralelo con las estrategias de venta hacia el exterior, también requieren de las mismas estrategias para el interior. El marketing

urbano turístico tiene, entonces, dos grandes públicos como objetivo, uno interno, que es el habitante de la ciudad; y otro externo, el proveniente de otras ciudades, el turista potencial.

Si bien, como plantean Francisco Paniagua Rojano y Elena Blanco Castilla (2007) mencionan: “el objetivo principal del marketing de ciudades es crear y difundir una imagen positiva de ésta, sobre la base de un sólido anclaje en su identidad y en la realidad presente” Paniagua, F. y - Blanco C. (2007:36) los aspectos históricos y las proyecciones al futuro son herramientas estratégicas fundamentales en la elaboración de la imagen o marca ciudad, como se verá en el estudio de caso.

La competencia en la que se ven inmersas las ciudades turísticas en la actualidad, plantea una serie de paradojas que tienen consecuencias sobre la vida urbana. Por un lado, se les exige el mercadeo de productos nuevos, innovadores y exclusivos; y, por el otro, se crea la necesidad de espacios monumentales e históricos, que sean propios y permitan distinguir a determinada ciudad de las demás. Al mismo tiempo, se debe evitar lo extraño, propiciando al visitante lugares comunes, donde se compaginen la experiencia del turista con la de los habitantes del lugar. De esta manera, las ciudades se constituyen en una urdimbre de cadenas comerciales, marcas internacionales y paisajes replicados, cediendo porciones de la identidad en favor de la moda y de los modelos ideales. Así, la ciudad se va conformando con fragmentos de no lugares como bien los define en autor Marc Augé (Augé, 2007).

La Resiliencia en ciudades turísticas y su vinculación con las políticas de planificación y gestión .

Es importante considerar que uno de los retos actuales se establecen primordialmente en alcanzar una gestión territorial y urbana eficiente e identificar el nivel de funcionalidad que debe tener una ciudad turística para competir equilibradamente, incentivar procesos de resiliencia urbana y lograr establecer estrategias de gestión sostenible para impulsar el desarrollo local y armonizado el turismo con la conservación del patrimonio material e inmaterial. (Hiriart, C. y Barrera, C. 2017)

La resiliencia en las ciencias sociales el concepto es vinculante con otras disciplinas y actividades (urbanismo, turismo, conservación patrimonial, arquitectura, etc.) y surge como respuesta a situaciones de conflicto, permitiendo analizar la realidad e

implementar estrategias de atención eficientes, propiciando diferentes acciones (políticas públicas por ejemplo) de respuesta preventiva o reactiva.

Las políticas y estrategias de resiliencia (social, urbana, turística, etc.) involucran a los diversos actores (individuos, grupos comunitarios, residentes de barrios o los usuarios de ciudades y conjuntos históricos, etc.) con los agentes públicos y privados, para planificar y operar procesos de mejora y recuperación concertada y participativa.

Actualmente la resiliencia urbana considera aspectos sociales, económicos, de planificación urbana y particularmente la gestión de los recursos naturales y culturales de una ciudad o de un sistema territorial, para identificar “las posibilidades que se generan para afrontar las condiciones adversas, aprender de las crisis pasadas y adaptarse a las nuevas circunstancias, alcanzando nuevos estados de normalidad” (Roca et al., 2014: 495).

Conclusiones

El enfoque ecosistémico debe ser visto como una estrategia para la gestión integrada de la tierra, el agua y los recursos vivos y para mantener o restaurar los sistemas naturales, sus funciones y valores de tal manera que se promueva la conservación y el uso sostenible de los ecosistemas, de una forma justa y equitativa, participativa y descentralizada, a través de la integración de los factores ecológicos, económicos, culturales y sociales dentro de un marco geográfico definido principalmente por límites ecológicos.

Es importante observar que el enfoque ecosistémico reconoce que los ecosistemas naturales y transformados son sistemas complejos, cuyo funcionamiento y capacidad de respuesta ante perturbaciones dependen de las relaciones dinámicas entre especies, y entre estas y el medio ambiente, la sociedad y su cultura.

Queda claro que se parte del reconocimiento que el ser humano y su cultura son parte integral de los ecosistemas y, por tanto, los objetivos de la gestión ambiental son de naturaleza eminentemente social.

Las políticas de turismo condicionan el desarrollo urbano y el ordenamiento territorial, en el caso analizado se ha comprobado que esto es así. Sin embargo, las políticas de

desarrollo no han favorecido a la distribución, equidad y al acceso de los recursos que se generan por la misma actividad. La experiencia de los residentes en las diversas ciudades, han propiciado estilos de vida diferenciados y con marcadas formas en el uso del territorio, el ordenamiento y en particular los límites que se deben incluirse en una política abierta y socializada para no continuar generando experiencias que marcan a futuro el uso de los recursos naturales.

Las sociedades locales están contenidas en espacios urbanos con diversas formas y modos de vida, el buen vivir es el personaje ausente en muchos de los casos, los márgenes de las ciudades dan muestra de la vulnerabilidad constante en la que se encuentran muchos de los ciudadanos, y cada día arriban más.

La socialización permanente sobre los riesgos por el agua, entre los más cercanos, debe estar como programa en las escuelas y en los empleos, para que a partir de estas instancias se dé a conocer lo que se tiene como experiencia vivida en el Caribe Mexicano .

Sin duda, el concepto ecosistémico y toda la perspectiva teórica que lo acompaña constituyen un marco analítico muy apropiado para estudiar las ciudades turísticas y su articulación entre el medio social y el ambiental.

Es así la importancia de partir del diseño de instrumentos e indicadores de gestión que pueden contribuir como herramientas de gestión para evaluar políticas y estrategias, identificar debilidades y amenazas y desarrollar procesos de resiliencia turística-patrimonial, para contribuir a la conservación del patrimonio y desarrollo de la comunidad.

Bibliografía:

- Augé, Marc (2007). Los no lugares. Espacios del anonimato. Gedisa. Argentina.
- Barragán, J.M. (2014). Política, gestión y litoral. Una nueva visión de la gestión integrada de áreas litorales, UNESCO, Ed. Tébar. Madrid
- Benko, Georges. (2000). Estrategias de comunicación y marketing urbano. *EURE (Santiago)*, 26(79), 67-76. <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612000007900004>
- Castells, Manuel (1997). La era de la información. Economía, sociedad y cultura, vol. 1. Alianza Editorial. España.
- Hiriart, C. y Barrera, C. (2017) «La funcionalidad turística como herramienta para impulsar la gestión sustentable y procesos de resiliencia en las ciudades mexicanas

patrimonio mundial: morelia como experiencia práctica» International Journal of Scientific Management and Tourism. Vol. 3 N°3 pp 273-312

Holling, C.S. (1973). *Resilience and stability of ecological systems*. En. Annual Review of Ecology and Systematics Vol. 4:1-23 (Volume publication date November 1973) <https://doi.org/10.1146/annurev.es.04.110173.000245>

Holling, C.S. Ed. (1978). *Adaptive Environmental Assessment and Management*. John Wiley & Sons, London.

Paniagua, Francisco - Blanco Castilla, Elena(03-12-2007). PRESENTE Y FUTURO DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA CIUDAD. FISECEstrategias - Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora Año III, Número 8, V4, pp.27-49

UNEP (2006) Marine and coastal ecosystems and human wellbeing: A synthesis report based on the findings of the Millennium Ecosystem Assessment. Editorial UNEP, Nairobi, Kenia.

UNEP. (2012) GEO-5, Global Environment Outlook. Environment for the future we want, Valletta, Malta. PNUMA, Nairobi, Ke.

Roca, E. y Villares, M. (2014) Reforzar la resiliencia socioecológica de los destinos turísticos: el caso de la Badia de Roses (Costa Brava) [en línea] Fecha de consulta: 15-04-2018. En: ACE: Architecture, City and Environment Arquitectura, Ciudad y Entorno, 9 (25): 493-524, 2014.

Yáñez-Arancibia, A. & J.W. Day Jr. 1982. Ecological characterization of Terminos Lagoon, a tropical lagoon-estuarine system in the southern Gulf of Mexico. pp. 431-440. In P. Lasserre & H. Postma (eds.). Coastal Lagoons. Oceanológica Acta, Vol. Spec., 5: 462 p.

SOCIALIZACIÓN Y RESILIENCIA DE MIGRANTES EN ESPACIOS TURÍSTICOS. LOS CASOS DE CANCÚN Y PLAYA DEL CARMEN, QUINTANA ROO.

Dra. Ligia Aurora Sierra Sosa
Universidad de Quintana Roo

La socialización es un criterio de suma importancia dada que la distinción entre culturas y grupos o sectores de la población observan diversas formas de vida o heterogéneos estilos de vida y se refiere específicamente al tiempo y al espacio que ejercen las personas en contacto con los “otros”. Sobre esta condición, podemos retomar el apunte que hacen Berger y Luckmann, quienes refieren que la socialización puede definirse “como la inducción amplia y coherente de un individuo en el mundo objetivo de una sociedad o en un sector de él” (Berger y Luckmann, 1999:166).

Con ese concepto de inclusión al mundo objetivado, podemos observar que el arribo de personas en edades posteriores a la primera etapa de la socialización los primeros 11 años, son migrantes y en especial son mayas de la península quienes se dirigen a las ciudades de Cancún y Playa del Carmen, para realizar estudios u obtener un trabajo que garantice su vida cotidiana en el entorno citadino con los servicios básicos; como la vivienda y el transporte, su inclusión en el estilo de vida local manifiesta dos condiciones; la primera tiene que ver con el trabajo/ingreso y la segunda con el espacio de vida cotidiana, que para el caso y en especial de los mayas, se ha observado históricamente que se instalan en las regiones más alejadas del centro o para el caso de Playa del Carmen y de manera más reciente, en cuarterías cuyas condiciones de vulnerabilidad y riesgo son permanentes.

Para abordar las condiciones de ese tipo de fuerza de trabajo que arriba a las ciudades, comencemos por señalar cuáles son las cualificaciones escolares de los inmigrantes antes de su arribo. Sobre el particular se puede inferir que, aunque la experiencia de la persona no radica únicamente en la educación formal o escolarizada a través del sistema educativo nacional, ésta es un indicador que ayuda a ubicar o distinguir los aspectos de cualificación con el perfil deseado, lo que hará competitiva a la persona y le posibilitará a

entrar o no en los criterios de formación profesional establecidas por los mercados laborales del sector terciario.

En los resultados obtenidos a través de diversas encuestas, sobresale la necesidad de enviar a sus hijos a la escuela, ya que reconocen la importancia de obtener un título profesional o cuando menos algún grado superior a la secundaria.

Los entornos laborales en cada una de las ciudades, son muy selectivos y segmentados, ya que, aunque los mayas o no mayas migrantes sepan leer y escribir no acceden directamente a los puestos u ocupaciones más favorables.

Si al nivel de escolaridad se le añade la trayectoria laboral previa a la llegada a las ciudades, las diversas respuestas giran en torno a tres ejes principales: a) estaba trabajando, b) estudiando o, c) en quehaceres domésticos.

Con relación a las ramas de actividad, los hombres que se encontraban trabajando antes de salir hacia las ciudades, aunque en muchos de los casos fue una migración directa, sobresalen las actividades agrícolas y de la construcción. Pero para el caso de las mujeres es necesario señalar que, si no consideramos las labores en el hogar y los estudios, la actividad laboral preponderante es el servicio doméstico y el comercio al menudeo.

Por otra parte, la categoría laboral en la que se ubicaban los migrantes mayas antes de llegar a Cancún y Playa del Carmen, es la de empleado u obrero, otra es la categoría de trabajador por cuenta propia y la de jornalero o peón. Por su cuenta las ramas de actividad es la construcción uno de los empleos a los que más se recurre. El trabajo por cuenta propia, en su mayoría son el trabajo agrícola y el comercio al menudeo.

La heterogeneidad laboral de Cancún y Playa del Carmen, pueden analizarse a partir de los indicadores como el sexo, la escolaridad y la edad de los mayas migrantes. Esta mirada interna -no comparativa con el mercado de trabajo de los no mayas- nos ayudó a adentrarnos y dar una interpretación sobre la diversidad laboral dentro un mismo grupo étnico, como lo es el maya yucateco. Este grupo no es homogéneo frente al mercado laboral de la ciudad, pues existen diversas condiciones de sobrevivencia en sus integrantes y éstas dependen, en mucho, de su socialización primaria y secundaria, especialmente en las generaciones que nacen ya en las ciudades.

El mercado de trabajo en las ciudades ofrece opciones laborales a los migrantes, y se puede observar a partir de la diversidad de actividades económicas, los tipos de empleo, los niveles salariales o de ingreso económico y el perfil o cualificación de la mano de obra.

Desde su origen en el año de 1974 para el caso Cancún y en los años 1980 para el caso Playa del Carmen, se definió a la actividad turística, y con ella todas las ramas del sector terciario, como el eje rector de la vida cotidiana y sobre la estructura económica y social de esta región. Es a partir de ese amplio sector de servicios que se establecieron las actividades económicas que se han observado como favorables para el desarrollo y progreso económico, no solo para el Estado, sino que ha generado un marcado impacto hacia la península de Yucatán y del país.

Se han desarrollado estrategias empresariales para la inclusión laboral, la selección de los trabajadores asalariado integra el examen de las características de la mano de obra, y toma como parte de los perfiles deseables ciertas condiciones como son; la étnica, la de género, la edad y, la escolaridad. Estos indicadores definen la inserción de los migrantes a los tipos de mercados laborales, que los empleadores definen a través de perfiles clasificatorios y segmentados por su origen étnico y su género.

El origen de la región norte del Caribe Mexicano como polo turístico, en los años setenta, propició un gran desplazamiento de población, que, por condiciones socioeconómicas desfavorables en sus lugares de origen, así como por la oferta de trabajo, decidieron trasladarse a las ciudades de la costa norte, en busca de mejores condiciones o para cambiar de vida a través del trabajo con ingresos más altos. En primera instancia, cuando se dio inicio al proyecto turístico no se contaba con ningún tipo de apoyo o servicios en el espacio de arribo, pues era selvático y baldío. Sin embargo, muchos campesinos de la región decidieron trasladarse como peones u obreros, básicamente incorporados en el trabajo para la construcción de caminos, hoteles y los primeros servicios. La necesidad de mano de obra barata y poco cualificada para levantar las ciudades, propició que cada vez más hombres y mujeres decidieran cambiar su lugar de residencia. Los primeros inmigrantes comentan que las mujeres que llegaron en un inicio a los terrenos de trabajo fueron las cocineras de los campamentos, en donde dormían y se alimentaban los trabajadores. Barracas que hoy día se pueden observar todavía a lo largo del camino que va de Cancún a Playa del Carmen y Tulum. Asentamientos temporales de trabajadores-peones que se encuentran construyendo hoteles y servicios turísticos, formados básicamente por migrantes que en su mayoría arriban de las zonas campesinas de la

península y de Chiapas, aunque, sólo por temporadas permanecen en estas casas o chozas fabricadas con materiales perecederos y con pocos o nulos servicios.

El crecimiento y consolidación de un polo turístico como Cancún no está aislado como programa económico. A la par de este centro turístico se construyeron en el país diversos escenarios para el ocio, resultado de un modelo de industrialización y extensión del sector terciario destinado a sustentar ese proceso. Por su parte, el sector secundario perdió importancia relativa tanto en la contribución al producto interno bruto como en su capacidad de retener mano de obra. Esta realidad encaja bien con el crecimiento y desarrollo del sector terciario en países capitalistas, en donde ese crecimiento adquiere dimensiones y condiciones diferentes. Una muestra de ello es la emergencia de ocupaciones marginales terciarias no típicamente capitalistas como son los trabajadores por cuenta propia subordinados, pequeños vendedores de servicios y el servicio doméstico (García, 1988).

Para centrarnos en las relaciones que se entretajan a partir del trabajo tenemos que observar las diferencias de clase, de etnia, de género y de edad, por que son algunas de sus partes constitutivas. La división del trabajo estructura las diferencias y propicia la desigualdad entre la población. Es en ese campo en donde se definen las diferencias técnicas de los procesos productivos y son las que ubican a los trabajadores en distintas actividades. La división del trabajo como lo expresa Dolors Comas (1995:18) es la jerarquización de las tareas, de las personas, así como de las ideas y representaciones que se tienen sobre tales actividades y relaciones. Por ello ser maya y no tener estudios además de ser mujer, implícitamente segrega y pone a la persona en desventaja comparativa frente a otro perfil más acorde con el mercado de trabajo.

Si en el plano de la división del trabajo encontramos intrínsecamente jerarquías y diferencias entre las personas por la ubicación laboral que el sistema productivo les asigna, también es plausible asumirlo como un indicador de diferenciación, la condición étnica, es un factor que influye y propicia la ubicación de los trabajadores en determinadas actividades económicas en los mercados, como se puede observar en las regiones de la ciudad de Cancún. Es importante aclarar que son las relaciones sociales preexistentes las que definen, en buena medida, la división de las actividades, debido a que no es una situación que se establezca por naturaleza para cada grupo en especial. Es una realidad que se construye socialmente y que va estructurando los roles y espacios de trabajo para cada grupo social. Las formas de clasificación que a lo largo de su historia

las sociedades construyen sobre las diferencias, ya sean físicas o culturales, se ven reflejadas en la división del trabajo, porque que se le atribuye a cada grupo determinadas cualidades o estereotipos representativos del rol que jugarán como parte de la sociedad y del mundo.

Son tres las fuerzas más importantes que contribuyen a la estratificación de los trabajadores, a saber: la socialización y la preparación profesional, las características del mercado de trabajo y las divisiones basadas en el género, la etnia y edad. Cada una de esas fuerzas determina la posición o rol de los individuos frente al trabajo. La preparación y socialización cualifican y jerarquizan a las personas, pero también el propio mercado de trabajo, con sus opciones laborales determinadas por las regiones y ámbitos, propicia o no la inserción, así como la movilidad laboral o el movimiento de población de un espacio a otro. Por último, hay que decir que las divisiones sirven para legitimar prácticas y visiones sociales con respecto a sus poblaciones (Comas, 1995:53).

Quedan por realizar algunos apuntes sobre lo que entendemos por segregación laboral, porque es un fenómeno que está íntimamente relacionado con la división del trabajo, y su medición y estudio ha sido valioso para comprender cada una de las segmentaciones del mercado laboral. Se ha dado en llamar segregación horizontal a la concentración de determinados grupos de población que se condensan en ciertas actividades y que se encuentran poco o nada en las demás actividades. Por otra parte, la segregación vertical ocurre cuando un grupo de personas se ubica en actividades inferiores, en tanto que otros grupos se sitúan en las ocupaciones superiores (Comas, 1995:57). Esta referencia que a mi parecer es significativa y representativa, nos ubica a una gran población en riesgo y vulnerabilidad, dado el rezago evidente en los servicios de todo tipo.

Sobre este tema consideraremos que, en términos generales, las sociedades construyen sus formas de segregación social de acuerdo a los mecanismos de dominación y distribución de la riqueza. Además, los criterios ideológicos que se construyen, que respaldan y les dan sentido a las prácticas de los sectores de la sociedad, a partir de las instituciones creadas para la regulación o mantenimiento del sistema, como lo es la educación.

La cualificación de la mano de obra es uno de los indicadores que muestra, en parte, las posibilidades de inserción de hombres y mujeres en diversos mercados de trabajo. Pero hay que tomar en cuenta que en algunas ramas de actividad la cualificación escolarizada es innecesaria, en tanto que en otras es primordial. Además, el indicador de preparación o

formación escolarizada, es necesaria de correlacionar otros criterios que le dan a la mano de obra características que determinan los perfiles y que por consiguiente la hacen adecuada o no para ciertos tipos de empleo.

El contexto urbano asigna a los inmigrantes, según su trayectoria formativa o educativa, cierta condición y los ubica en ciertos tipos de empleo, como parte de la segregación o distribución de los sujetos de manera horizontal o vertical. Así, los mayas o no mayas migrantes que arriban a las ciudades se ubican en determinadas regiones o áreas geográficas a las afueras del perímetro urbano, para establecer su vivienda, de acuerdo a sus posibilidades económicas que le provee el trabajo y por lo tanto es factible afirmar que su inserción y permanencia en la ciudad, está ligada a su historia personal y a los posibles vínculos o contactos que pudo establecer antes o durante su llegada en el espacio urbano, tanto con amigos como con parientes, estas redes serán las que generen posibilidades de arraigo y permanencia. De alguna manera, los espacios urbanos pueden estar relacionados con el tipo de trabajadores y el origen de los migrantes que en ellas residen. Al respecto, el trabajo de Josepa Cuco muestra las posibles correlaciones y redes que se establecen como parte de las relaciones personales que unen a miembros de ciertos grupos. Su estudio aborda el caso de los jornaleros de cítricos en Valencia, entre quienes los vínculos personales son utilizados como un medio para el acceso al trabajo asalariado. La amistad y el parentesco, entre otros vínculos, establecen redes de reciprocidad, aunque el individuo, en la vida cotidiana, tiene que mantener tres tipos de intercambio: de mercado, de redistribución y de reciprocidad. Para la citada autora entre los criterios que hay que considerar para entender las redes están el nivel socioeconómico de los integrantes y su ideología, debido que estos factores harán cambiar los rasgos estructurales de la red y sus actuaciones (Cuco, 1996:72-81).

Así, por ejemplo, el cambio de casa y alejarse a la periferia de las zonas urbanas no es un gusto de los migrantes, es parte de las transacciones económicas que les permite en un momento dado la posesión ventajosa de una vivienda.

El origen y cualificación de los trabajadores los liga, casi de forma inmediata, a determinados mercados de trabajo como el de la construcción o al de ciertos servicios poco remunerados por cuenta propia y en condiciones precarias. Esas reflejan las peculiaridades al arribo de los migrantes, pero hay que reconocer que las necesidades que padecen día a día, los obliga a buscar nuevas formas de inserción laboral a través de mecanismos como la escuela o capacitación para trabajar. Es difícil acceder a la

capacitación. Solo una minoría de los migrantes que trabajan en las ciudades al llegar a la ciudad asisten a algún centro de capacitación o escuela.

Uno de los indicadores que muestra la integración a sistemas de capacitación bajo esquemas de educación formal, es la diferencia que se observa entre los que sabían leer y escribir en el lugar de origen y los que aprendieron durante etapas del movimiento migratorio o en la ciudad misma.

Cuando se señala que, durante la estancia de los migrantes en cualquier ciudad o zona urbana, en un contexto diferente al del origen, se producen transformaciones en su conducta y formas de ver y hacer la vida cotidiana, pocas veces se recurre al hecho de que los mismos migrantes van decidiendo sobre estas modificaciones o reelaboraciones. Es un proceso que es parte de una socialización secundaria y que suele suceder a través de la escuela a la cual los migrantes mayas acceden durante sus primeros años en el pueblo de origen, como una socialización hacia esquemas “modernizadores” de la sociedad.

Tenemos que reconocer, que muchos de los migrantes que arriban a las ciudades aún no se han incorporados a la educación y por lo tanto a la castellanización a través de instituciones. Tan es así que, aunque la escuela esta muy difundida y extendida en el territorio nacional aún encontramos grupos sociales y étnicos que no llegan a ser integrados a este esquema. Sin embargo, es para las siguientes generaciones una prioridad como parte del gasto doméstico y la inversión que la familia y sus miembros tendrá como prioridad.

Se puede afirmar que las personas del grupo maya que arriban sabiendo leer y escribir son muchas y las que a partir de su contacto con la ciudad y las demandas del mercado

Se pueden desagregar los mercados de trabajo de la ciudad de Cancún en indicadores que tengan relación con las opciones laborales que se ofertan a los migrantes mayas y específicamente a partir de las actividades económicas, los tipos de empleo, los niveles salariales o de ingreso económico y el perfil o cualificación de la mano de obra que requieren. Consideramos que uno de los referentes que explican la posible inserción a determinado mercado laboral es la experiencia que los trabajadores migrantes han acumulado a lo largo de su vida. También hay que considerar que existen requerimientos más escolarizados que tienen que ver con la cualificación formal, por lo que es importante la socialización en esquemas escolares, sobre todo en las siguientes generaciones, ya

que favorece a los descendientes en términos de ingreso y *status* social posibilitando su integración a ciertos puestos de trabajo un tanto mejor cualificados.

Sobre ciertas características como la étnica, la escolaridad el sexo y la edad, podemos identificar dos factores que inciden en su percepción: los económicos y los simbólicos. Ambos le dan sentido a la construcción de los locales sobre el empleo y el trabajo y sobre la cualificación.

En la división del trabajo de manera intrínseca se establece la jerarquización de las tareas y sobre las personas, pero en particular de las ideas y las representaciones que se derivan de las actividades productivas y las relaciones entre los sujetos. Esta realidad, que se construye socialmente le da sentido y estructura a los roles y espacios de trabajo para cada grupo social. Las maneras como clasificamos las ideas y a las personas se construyen a lo largo de nuestra historia. Las sociedades son las que propician en sus prácticas cotidianas las diferencias, ya sean de índole biológico o sobre las manifestaciones culturales, ambas finalmente, se observan en la misma división del trabajo, debido a que se manifiesta que cada grupo posee determinadas cualidades, lo que genera estereotipos representativos del rol que tienen en la sociedad global.

La construcción de ciertas imágenes y símbolos se realizan sobre las diferencias, capacidades y habilidades por etnia, género o edad, se forman mediante la socialización primaria y secundaria, lo que involucra todas las representaciones ideológicas y valores culturales como principios formadores con los que cuenta el niño en la primera etapa de su desarrollo.

La condición social de los migrantes, con marcada procedencia étnica, hace de ésta población un sector de fuerza de trabajo que se observa como parte de una determinada clase social, y que su participación en las relaciones de producción y del sistema capitalista establezcan ciertos estilos de vida que los distingue de otros. Esta diferencia es visible en espacios ciudadanos o urbanos, en donde los mayas participan de forma continua en la construcción de la ciudad. En este contexto urbano se asigna a los migrantes, según su trayectoria formativa o educativa, su posición social en ciertos tipos de empleo. Por ello, los mayas migrantes que arriban a las ciudades se asientan en las regiones periféricas. Es necesario reiterar que su inserción y permanencia en la ciudad está determinada por su historia personal y por los posibles vínculos que haya podido establecer antes o durante su arribo en el contexto urbano. Por su parte y retomando a Ricciardi, "La paradoja de la integración radica en que esta incluye una referencia

constitutiva hacia la exclusión, y revela que en los regímenes democráticos el racismo no se refiere a la discriminación o al rechazo de un genérico 'otro', sino más bien, a la incorporación diferencial al interior de las tres figuras colectivas fundamentales, sociedad, pueblo y nación" (Ricciardi, 2017:18).

Hay que señalar que los mecanismos que determinan la cualificación de la fuerza de trabajo están en el interior de las unidades domésticas, pero éstas estrategias u opciones sobre la profesión, a su vez, se ven condicionadas por la demanda del mercado de trabajo que ejerce sobre la población, sobre todo el sector terciario con el turismo y los servicios.

Con relación a la antigüedad de las regiones de vida, se puede concluir que: en primer lugar, son básicamente los hombres los que dieron origen a la región norte del polo turístico en la década de los años setenta del siglo pasado, cuando se trasladaron en grupos para la edificación, no sólo de los hoteles y servicios turísticos sino para la construcción de la ciudad misma. En segundo lugar, y dada la crisis económica de México en la década de los ochenta, el trabajo en la construcción dejó de ser una abierta alternativa, una situación que cambió en los años noventa sobre todo en su segunda mitad, periodo en el que se muestra una ampliación en los servicios por las entradas de fuertes capitales financieros a las ciudades de la costa. Principalmente se puede observar en la denominada Rivera Maya, Cancún-Tulum, que atrajo, de nuevo, a una importante población migrante de mayas de toda la Península.

El mayor número de personas con cualificaciones menores y en todas las ciudades y tanto en hombres como en mujeres, es el de empleado u obrero. A esta categoría le sigue en importancia el de trabajador por cuenta propia.

En síntesis, la inserción de migrantes a los mercados laborales depende de sus experiencias adquiridas en otros espacios, sobre todo de aquellas incluidas durante su socialización primaria, con altos contenidos de un capital cultural, lo que trae como consecuencia ciertos estilos de vida que se van reconstruyendo y reelaborando, necesaria y permanentemente, en el ámbito de la ciudad. El tiempo y las formas de exposición social al nuevo contexto urbano define, a mediano o largo plazo, su inserción a los mercados de trabajo más especializados. La exposición es sobre todo importante para las siguientes generaciones que a partir de su inclusión a la vida moderna y con esquemas institucionales, quedan cada vez más integradas a las demandas de la modernidad.

La condición de vulnerabilidad frente a los Huracanes es visiblemente más cercana en estas poblaciones dado que en dos categorías ellos no cumplen con: información y recursos.

La información y experiencia que el tiempo de residencia da a las familias y personas que arriban en condiciones de desventaja, como lo hemos visto, los coloca en situaciones de riesgo permanente frente a los ciclones o hasta a las lluvias o tormentas, su propia visión o percepción sobre lo que hay que hacer es nula y dependiendo del tiempo y el tipo de trabajo pueden o no tener información sobre qué hacer y cuando.

Bibliografía

Berger y Luckmann, La construcción social de la Realidad, Amarrouto, España, 1999.

Campos Cámara Bonnie y Ligia Sierra Sosa, “Una propuesta antropológica para la comprensión de la resiliencia socioecológica en ciudades turísticas costeras y con un enfoque ecosistémico”, en María de Lourdes Castillo Villanueva q.e.p.d. (Coord. General) y David Velázquez Torres y otros (coords.), *Resiliencia en ciudades Costeras del caribe mexicano ante desastres por huracanes*, Universidad de Quintana Roo, México, 2019.

Comas D’Argemir, Dolores, Trabajo, género, cultura. La construcción de desigualdades entre hombres y mujeres, Icaria, España, 1995.

Cuco I Giner, Josepa, “Los jornaleros y el molt honorable (sobre redes informales y equipos de trabajo)”, en Jesús Contreras (coord.), *Reciprocidad, cooperación y organización comunal: desde la Costa a nuestros días*, VII Congreso de Antropología Social, FAAEE-IIA, Zaragoza España, 1996.

Ricciardi, Muricio, “Migrantes, poder y capital. Acerca de la Teoría policia de las migraciones”, en Jorge Olvera Gacía y otros, *Migración y trabajo en el capitalismo global*, Edit. Gedisa, México, 2017.

Sierra Sosa, Ligia A. y Alejandra Conde Molina, “Playa del Carmen, trabajo masivo y riesgos múltiples” en Bonnie Campos Cámara y Ligia Aurora Sierra Sosa (coords.), *Etnografía y resiliencia en ciudades costeras del Caribe Mexicano*, Universidad de Quintana Roo, México, 2018.

MESA COORDINADA 2
GEO TURISMO, CONSERVACIÓN Y PATRIMONIO

KÜTRALKURA: AVANCES Y DESAFÍOS DEL PRIMER GEOPARQUE MUNDIAL DE LA UNESCO EN CHILE

Dr. Manuel Schilling D^{1,2}

Mg. Patricia Herrera P²

Resumen

El Programa Internacional de Geociencias y Geoparques de la UNESCO busca aumentar la conciencia sobre la importancia de la geodiversidad y su utilización para promover las mejores prácticas de protección, educación y desarrollo sostenible a través del geoturismo. En la Región de la Araucanía se inició en el año 2009 un proyecto para crear el primer geoparque de Chile bajo el nombre de Kütralkura, que significa “piedra (kura) de fuego (kütral)” en mapudungun, lengua del pueblo Mapuche. El Geoparque Kütralkura se extiende por cerca de 8.100 km² en la zona sur de la cordillera de los Andes, donde viven más de 60.000 habitantes en nueve poblados principales y en extensas áreas rurales de las comunas de Melipeuco, Curacautín, Vilcún y Lonquimay. Este territorio, registra una historia geológica de más de 200 millones de años, donde destaca la presencia ancestral de la cultura mapuche, cuya cosmovisión está ligada al respeto y cuidado de la naturaleza. Después de diez años de trabajo asociativo, Kütralkura fue reconocido oficialmente en abril de 2019 como el primer Geoparque Mundial UNESCO del país. Este reconocimiento permite consolidar la visión y planificación del territorio de largo plazo, esfuerzo que es liderado por la Asociación de Municipalidades Cordilleranas de La Araucanía (AMCA). En este trabajo presentamos los principales avances y desafíos para la sostenibilidad de esta iniciativa.

Palabras clave: Kütralkura; Geoparque Mundial UNESCO; Geodiversidad; Geoturismo; Desarrollo Local Sostenible.

1 Instituto de Ciencias de la Tierra, Universidad Austral de Chile, Valdivia, Chile, manuel.schilling@uach.cl

2 Geoparque Kütralkura, Asociación de Municipalidades Cordilleranas de la Región de La Araucanía, Chile, phpintor@gmail.com

Abstract

The UNESCO International Program of Geoscience and Geoparks aims to raise awareness about the importance of geodiversity and its use to promote best practices of protection, education and sustainable development through geotourism. In the Araucania Region, a geopark project called Kütralkura began in 2009, which means “stone (kura) of fire (kütral)” in mapudungun, the language of the Mapuche indigenous people. The Kütralkura Geopark extends for about 8,100 km² in the southern part of the Andes mountain range, where more than 60,000 inhabitants live in 9 main villages and large rural areas of the Melipeuco, Curacautin, Vilcun and Lonquimay communes. This territory records a geological history of more than 200 million years, where the ancestral presence of the Mapuche culture is important, whose worldview is linked to the respect and care of nature. After ten years of associative work, Kütralkura was officially recognized in April 2019 as the first UNESCO Global Geopark in the country. This recognition allows to consolidate the vision and planning of the territory in the long term, an effort that is led by the Association of Cordilleran Municipalities of La Araucania (AMCA). Here, we present the main advances and challenges for the sustainability of this initiative.

Keywords: Kütralkura; UNESCO Global Geopark; Geodiversity; Geotourism; Sustainable Local Development.

1. INTRODUCCIÓN

El año 2004 se conformó la Red Mundial de Geoparques a partir de la unión de 25 territorios ubicados en Europa y China con el apoyo de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). El 2015, la UNESCO incorporó oficialmente a los Geoparques como parte del nuevo Programa Internacional de Geoparques y Geociencias (PIGG). Acorde con este programa internacional, un Geoparque Mundial UNESCO (GMU) es un área geográfica que posee un patrimonio geológico de relevancia internacional, el cual es gestionado de manera holística en base a tres pilares fundamentales que son la educación, la conservación y el desarrollo sustentable. Tienen un enfoque “de abajo hacia arriba”, combinando la conservación con el desarrollo sostenible y el involucramiento de las comunidades locales. El PIGG busca aumentar la conciencia de la geodiversidad y promover las mejores prácticas de

protección, educación y turismo. Junto con los sitios del Patrimonio Mundial y Reservas de la Biosfera, los Geoparques Mundiales de la UNESCO forman una gama completa de herramientas para el desarrollo sostenible y contribuyen a la consecución de la agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS) a través de la combinación de perspectivas globales y locales. En los GMU se destacan la geodiversidad, biodiversidad, y cultura, sumado al patrimonio tangible e intangible. Por esta razón, es necesario incluir y destacar también los sitios de alto valor ecológico, arqueológico, histórico y cultural de cada Geoparque.

En Latinoamérica, al igual que en el resto del mundo, ha crecido el interés por promover la valoración del patrimonio geológico, así como su conservación y uso sustentable en actividades turísticas y educativas. Actualmente, en esta región existen numerosos territorios interesados en desarrollar proyectos de Geoparques siguiendo los lineamientos de la Red Mundial de Geoparques UNESCO, considerando los grandes atributos geológicos, geomorfológicos y paisajísticos, muchos de los cuales son íconos turísticos regionales.[CITATION Sán19 \l 13322].

En el caso de Chile, el Servicio Nacional de Geología y Minería (SERNAGEOMIN), fue pionero en investigar y preparar las bases para establecer un modelo de geoparque en Chile a partir de un proyecto ejecutado entre los años 2009 y 2013. Esta iniciativa fue apoyada por el Gobierno Regional de La Araucanía a través del Fondo de Innovación y Competitividad (FIC). Los avances alcanzados permitieron que a fines del año 2017 se presentara el expediente de postulación del proyecto Geoparque Kùtralkura para ser reconocido como el primer Geoparque Mundial UNESCO de Chile. Esta postulación fue liderada por la Asociación de Municipalidades Cordilleranas de La Araucanía, y contó con la colaboración de la Universidad Austral de Chile, la Corporación Nacional Forestal (CONAF), la Corporación Nacional de Fomento (CORFO), la Sociedad Geológica de Chile y el Gobierno Regional de La Araucanía.

El trabajo asociativo realizado entre municipios, junto con otras instituciones públicas y privadas, permitió el reconocimiento de Kùtralkura como el primer Geoparque Global de Unesco en abril del año 2019. Actualmente, esta red de colaboración internacional está conformada por 147 miembros de 41 países. Siete de estos territorios están en Latinoamérica y conforman la Red de Geoparques Mundiales de UNESCO de América Latina y el Caribe (Red GeoLAC).

2. GEOPARQUE KÜTRALKURA

El Geoparque Kütralkura se ubica en la zona andina de la Región de La Araucanía. Específicamente, se encuentra en lo que se conoce como la Zona Volcánica de los Andes del Sur, entre los 38°05'S y 39°00'S, y entre los 70°50'W y 72°30'W. El límite occidental de este territorio se ubica a menos de 15 km del centro de la ciudad de Temuco, capital de la Región de La Araucanía, y a 700 km de la ciudad de Santiago, que es la capital nacional. Hacia el norte, limita con la Región del Biobío, hacia el oeste y el sur con diversas comunas de la región, mientras que el límite oriental coincide con la frontera con República Argentina. Kütralkura es un nombre compuesto que proviene del mapudungun -lengua del pueblo Mapuche que habita este territorio desde antes de la colonización europea- y que significa “piedra (kura) de fuego (kütral)”. Este nombre hace referencia al intenso volcanismo que ocurre en este territorio, y que ha sido habitado por comunidades originarias desde al menos 2.000 años atrás (Schilling et al., 2013).

El área del Geoparque Kütralkura corresponde al territorio que abarcan las comunas de Curacautín, Vilcún, Lonquimay, y Melipeuco, con una superficie de aproximadamente 8.053 Km² correspondiente a un 25,45% de la superficie total de la Región de La Araucanía. La población, según el último Censo de Población y Empleo del año 2017, asciende a 61.945 habitantes, siendo el 43,5% población rural, y el 34,9% se declaró indígena (Schilling et al., 2017). Las comunas que componen el Geoparque Kütralkura forman parte de la denominada Araucanía Andina, y también se superponen con el área de la Reserva de Biosfera UNESCO Araucarias. Este territorio se ha transformado en un nuevo destino turístico, el cual es reconocido tanto en Chile como en el extranjero.

La geografía de este territorio está caracterizada por la presencia de los volcanes activos Llaima (3.179 m s.n.m.), Lonquimay (2.865 m s.n.m.), Tolhuaca (2.806 m s.n.m.) y Nevados de Sollipulli (2.282 m s.n.m.), además de la Sierra Nevada (2.554 m s.n.m.) que es un volcán inactivo. Estos volcanes pertenecen al arco volcánico de los Andes y alcanzan las cimas más altas del territorio. El volcán Llaima se encuentra al centro del Geoparque Kütralkura, dentro del Parque Nacional Conguillío, y es el elemento geológico icónico del territorio. Este volcán es uno de los más activos del país concentrando, junto con el volcán Villarrica, más del 50% de las erupciones históricas registradas en Chile desde el Siglo XVI. Un antecedente relevante para el desarrollo de actividades turísticas y

educativas es que existe una infraestructura caminera que permite recorrer en vehículo los alrededores del volcán Llaima. Adicionalmente, la geomorfología refleja la acción de grandes masas de hielo que cubrieron parte importante del territorio, alcanzando los máximos espesores hace aproximadamente 20.000 años, las que se retiraron hace unos 14.000 años atrás. Los cuerpos de agua más importantes corresponden a los lagos Galletué e Icalma, los que tienen un origen glaciar y son afluentes principales del río Biobío. Dentro del geoparque, además, nacen los ríos Cautín y Allipen (Schilling et al., 2017).

En el territorio del proyecto Geoparque Kütralkura hay seis áreas silvestres protegidas: el parque nacional Conguillío y parte del parque nacional Tolhuaca; y las reservas nacionales Nalcas-Malalcahuello, Alto Biobío, China Muerta, y Villarrica. Estas áreas pertenecen al Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE) que es administrado por la Corporación Nacional Forestal (CONAF), institución dependiente del Ministerio de Agricultura y que son parte del área núcleo de la Reserva de la Biosfera Araucaria (Schilling et al., 2013).

2.1 Gobernanza y estructura de gestión del Geoparque

La organización a cargo del manejo y gestión del Geoparque Kütralkura es la Asociación de Municipalidades Cordilleranas de La Araucanía (AMCA), creada el año 2018 con el objetivo de fortalecer los instrumentos de gestión y planificación territorial de los municipios que la integran. La finalidad de esta asociación es mejorar las capacidades de los equipos municipales, promover la colaboración, y fomentar la vinculación con órganos públicos y privados, e instituciones y organismos regionales, nacionales e internacionales para el cumplimiento de objetivos comunes.

La Gobernanza del Geoparque Kütralkura está conformada por una Asamblea General integrada por los alcaldes de los municipios que conforman el geoparque, representantes del Gobierno Regional de La Araucanía, y servicios públicos relevantes para la gestión del territorio. Además, incluye un Comité Técnico que está integrado por profesionales de los cuatro municipios con competencias para ejecutar el plan de acción del Geoparque Kütralkura, y un Comité Científico integrado por investigadores de distintas áreas de las ciencias naturales y sociales de las universidades Austral de Chile, La Frontera, y Católica de Temuco.

Una misión fundamental de la AMCA, a través del Geoparque Kütralkura, es contribuir a la protección, valorización y promoción del patrimonio natural y cultural, con especial énfasis en el patrimonio geológico y de los pueblos originarios, profundizando y divulgando el conocimiento científico, desarrollando programas educativos, y fomentando a nivel local, regional e internacional el turismo y el desarrollo sustentable dentro del territorio y las comunas asociadas.

2.2 Geoturismo en el Geoparque Kütralkura

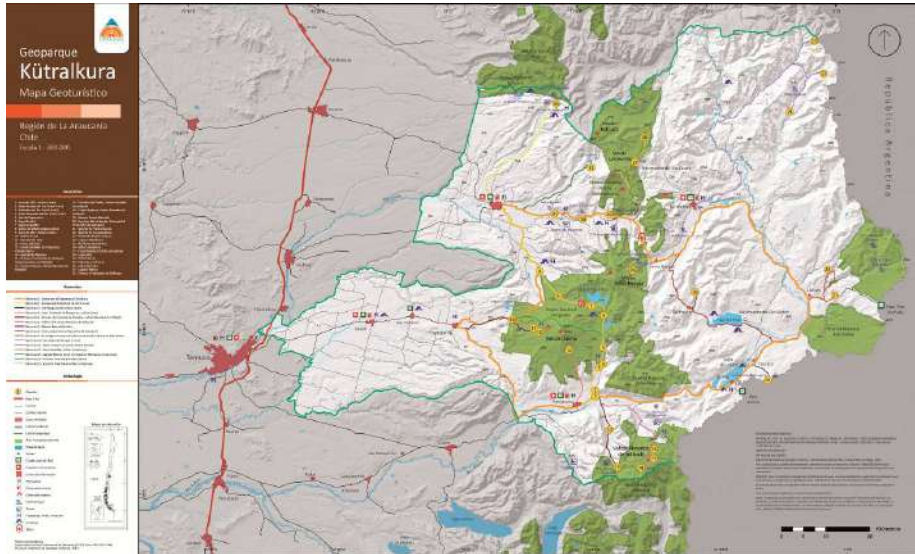
El geoturismo es una de las principales herramientas utilizadas en los GMU para el desarrollo sostenible de las comunidades locales [CITATION McK05 \l 13322]. El Geoturismo en estos territorios, es definido como “el turismo que sostiene y realza la identidad de un territorio, teniendo en cuenta su geología, medio ambiente, cultura, estética, patrimonio y el bienestar de sus residentes” [CITATION Une11 \l 13322]. Una característica común a todos los Geoparques es la existencia de rutas turísticas que permiten al visitante recorrer el territorio a través de diversos medios de transporte, para conocer sus aspectos naturales y culturales más destacados. En muchos casos, estas rutas coinciden con rutas establecidas antes de la creación del Geoparque y que incluyen la visita a sitios de alto valor paisajístico, los que muchas veces representan aspectos geológicos notables. En otros casos, se habilitan rutas especiales para acceder a los sitios de interés geológico conocidos como Geositios. Algunas rutas turísticas de los Geoparques son referidas como Georutas, y permiten visitar uno o varios Geositios.

El Geoparque Kütralkura cuenta con 15 georutas diseñadas, las que permiten visitar 33 Geositios. Estas Georutas pueden ser recorridas en distintas modalidades, y pueden ser guiadas o autoguiadas. En el mapa geoturístico del Geoparque Kütralkura (Figura 1) se muestran las georutas en distintos colores, en verde las áreas protegidas y en rojo se destaca la ruta 5 y la ciudad de Temuco ubicada a menos de 20 kilómetros del límite occidental del Geoparque.

El Mapa geológico del Geoparque Kütralkura que se muestra en la Figura 2, ilustra en colores la rica geodiversidad del territorio. Destacan rocas marinas jurásicas de la formación Nacientes del Biobío (azul), rocas graníticas del Cretácico y del Mioceno (variedades de rojos), rocas volcánicas y sedimentarias continentales miocenas de la

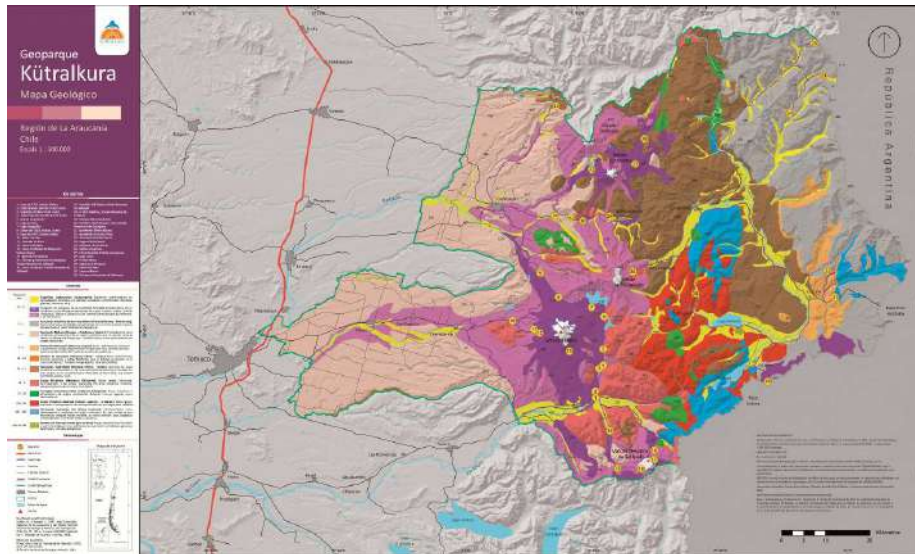
formación Cura-Mallín (café oscuro), y rocas volcánicas del Cretácico hasta el presente (verde, gris, rozado, y morados).

Figura 1. Mapa Geoturístico del Geoparque Kütralkura



Fuente: Schilling et al. (2013).

Figura 2: Mapa Geológico Geoparque Kütralkura



Fuente: Schilling et al. (2013).

3. Avances y Desafíos

Geoparque Kütralkura se configura como un modelo para la creación de futuros Geoparques en Chile, así como para el fomento del desarrollo del geoturismo, la educación en ciencias de la Tierra, y la geoconservación. Se constituye como un factor clave para el desarrollo económico del destino Araucanía Andina y, en particular, de las 4 comunas cordilleranas que lo componen, en cuanto pone en valor y potencia diferentes aspectos del patrimonio natural y cultural del territorio.

El Geoparque es un modelo de planificación y gestión para el desarrollo territorial rural que posibilita el desarrollo inclusivo y sostenible de los habitantes del territorio. Para ello las comunas que conforman Geoparque Kütralkura, cuentan con una activa agenda de planificación para potenciar el desarrollo turístico sustentable. Las comunas de Lonquimay y Curacautín ya han sido declaradas como Zonas de Interés Turístico (ZOIT), mientras que las comunas de Melipeuco y Vilcún, a través de un proceso participativo, están elaborando su expediente de postulación para ser reconocidas como ZOIT.

Una ZOIT es un instrumento de gestión público -privada que, según la ley de turismo 20.423 del 2010, corresponde a "los territorios comunales, intercomunales o determinadas áreas dentro de éstos, que tengan condiciones especiales para la atracción turística y que

requieran medidas de conservación y una planificación integrada para promover las inversiones del sector privado” (Art. 13).

La Ley señala que “las Zonas de Interés Turístico tendrán carácter prioritario para la ejecución de programas y proyectos públicos de fomento al desarrollo de esta actividad, como asimismo para la asignación de recursos destinados a obras de infraestructura y equipamiento necesarios (Art.17)”. Por lo tanto, es un desafío para la institucionalidad pública generar la infraestructura, equipamiento y mobiliario urbano y rural de soporte para potenciar y posicionar al Geoparque Kütralkura como uno de los destinos más relevantes del país.

El Geoparque Kütralkura es un laboratorio natural de primer nivel con un gran potencial para el desarrollo de actividades educativas y de investigación en ciencias ambientales y de la Tierra. Además, busca no solo promover la conservación de su patrimonio natural y cultural, sino también ser un articulador de emprendimientos con identidad local relacionados al turismo de naturaleza.

Dentro de los desafíos, está el conocer y aprender metodologías de educación en ciencias de la Tierra y medioambientales, para generar programas permanentes de educación y capacitación asociados al patrimonio natural, la historia geológica, y el patrimonio cultural del territorio.

Por otro lado, está el desafío de establecer redes entre los distintos actores de la cadena de valor de turismo de Araucanía Andina, y consolidar Geoparque como el primer destino de Geoturismo de Chile. La interpretación del patrimonio natural y cultural se debe promover a través de exposiciones itinerantes, excursiones, cabalgatas, observación de naturaleza, observación de aves, bicicleta de montaña, senderismo, rafting, escalada en roca, y turismo mapuche, entre otros.

En esta etapa, se debe profundizar la gestión y la participación local, como así mismo la coordinación interinstitucional en el marco de las políticas regionales de turismo y desarrollo productivo que se lideren desde la propia región en el proceso de descentralización y traspaso de competencias al Gobierno Regional. El rol de las universidades en el Comité Científico es fundamental en el desarrollo de investigaciones aplicadas y transferencia de conocimientos a los actores locales, entre ellos los municipios como entidades responsables de la planificación y desarrollo local.

La invitación de Geoparque Kütralkura es a descubrir y explorar uno de los lugares más atractivos y dinámicos de nuestro planeta que da vida a singulares formas geológicas, bosques de araucarias, y la cultura del pueblo Mapuche (“la gente de la Tierra”), cuya cosmovisión es un retrato vivo de la memoria de la Tierra digno de ser reconocido a nivel internacional.

Bibliografía

Mc Keever, P. y Zouros, N. (Diciembre de 2005). "Geoparks: Celebrating Earth heritage, sustaining. *Episodes Journal of International Geoscience*, 28(4), págs. 274-278.

Sánchez, J., & Simbaña, M. (2019). Los Geoparques y su implantación en América Latina. *Estudios Geograficos*, 79 (285), 445-467.
doi:<http://dx.doi.org/10.3989/estgeogr.201817>

Schilling, M., Toro, K., Contreras, P., Levy, C., Partarrieu, D., Amigo, Á., Hernández, J. (2013). Geoparque Kütralkura: Guía Geoturística. Servicio Nacional de Geología y Minería, 194 p., 3 mapas escala 1:300.000, 1 mapa escala 1:100.000. Santiago.

Schilling, M.E., Herrera, P., Partarrieu, D.M., Martínez, P., Toro, K., Contreras, P., Martínez, T., Amthauer, J.A, (2017). Kütralkura Aspiring Geopark, Chile Application Dossier for UNESCO Global Geoparks. 48 p. (inédito).

Unesco. (2011). Declaration International Congress of Geotourism, Geopark Arouca, Portugal. *International Congress of Geotourism, Geopark*. Arouca, Portugal.

PROYECTO GEOPARQUE PILLANMAPU ANDINO: PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA ARTICULACIÓN DEL TURISMO INCLUSIVO Y LA PROMOCIÓN DE LA CORDILLERA MAULINA

Rodrigo Pérez Garay¹

Emil Stefani Signorio²

Resumen

El proyecto Geoparque Pillanmapu Andino se desarrolla en la Cordillera de los Andes de la región del Maule, Chile, abarcando 6 municipios. La región cuenta con un patrimonio natural y cultural que narra una historia marcada por el volcanismo y procesos glaciares que, junto al clima de transición entre mediterráneo y templado lluvioso, permite un punto caliente de biodiversidad con alto endemismo ecosistémico. Estos factores han promovido el uso de la zona por más de 8000 años, registrado en petroglifos adscritos al estilo Guaiquivilo y los fragmentos líticos de obsidiana. Actualmente, en el área de Colbún-Rari, el patrimonio cultural ha sido reconocido como Zona de Interés Turístico (ZOIT). Recientemente, la región ha evidenciado un incremento de la oferta turística, promovida desde agrupaciones en torno al turismo de intereses especiales. Sin embargo, la desarticulación del turismo local ha generado un impacto negativo en la conservación efectiva, razón por la cual el geoparque surge como un atractivo ente articulador entre las autoridades, la comunidad y la academia. La propuesta metodológica desarrollada en el presente trabajo busca compartir una experiencia de articulación para la promoción del turismo sostenible, sustentable e inclusivo. Los resultados del trabajo evidencian que la región cuenta con un creciente interés en la promoción del turismo inclusivo, donde actores locales, engranados por una Red de Colaboradores del Geoparque (RCG), pueden acceder a perfeccionamiento continuo a través del trabajo colaborativo con la academia y las autoridades locales, fundamentales en el desarrollo de políticas públicas requeridas para el progreso del geoparque. Se espera que, para el año 2020, el equipo del geoparque profundice en la línea base de investigación patrimonial que permita generar un producto turístico-interpretativo para capacitar a miembros del esquema de articulación local.

Palabras clave: Geoparque, Patrimonio, Turismo, Sostenibilidad, Articulación Local.

1 Proyecto Geoparque Pillanmapu Andino, región del Maule, Chile. rodrigo.perez.garay@gmail.com

2 Proyecto Geoparque Pillanmapu Andino, región del Maule, Chile. emil.stefani@gmail.com

Abstract

The Pillanmapu Andino Geopark project is being developed in the Andean mountain range at the Maule region, Chile, including 6 municipalities. The region has a natural and cultural heritage that tells a story about volcanism and glacial processes which, together with the Mediterranean and temperate rainy climate, allows a biodiversity hot spot with high ecosystem endemism. Those factors have promoted the use of the territory for more than 8000 years, recorded on petroglyphs with motifs ascribed to the Guaiquivilo culture and obsidian lithic fragments. At present, in the Colbún-Rari area, the cultural heritage has been recognized as a Zone of Touristic Interest (ZTI). Recently, the region has showed an increase of the touristic offer, promoted by local groups around tourism of special interests. Nevertheless, the disarticulation of the local tourism has caused a negative impact in the effective conservation, reason why the geopark arises as an attractive entity to articulate authorities, community and academy. The methodological proposal developed in this review aims to share an articulation experience for the promotion of sustainable and inclusive tourism. The results shows that the region has a growing interest to promote inclusive tourism, where local actors, geared by a Geopark Collaborator Network (GCN), could have access to a continuous improvement through the collaborative work with the academy and local authorities, fundamental for the development of public polithics required for the progress of the geopark. It is expected that by the year 2020 the geopark's team deepens in the base line of the heritage research, which will allow to create a touristic-interpretative product to train members of the local articulation scheme.

Keywords: Geopark, Heritage, Tourism, Sustainability, Local Articulation.

1. INTRODUCCIÓN

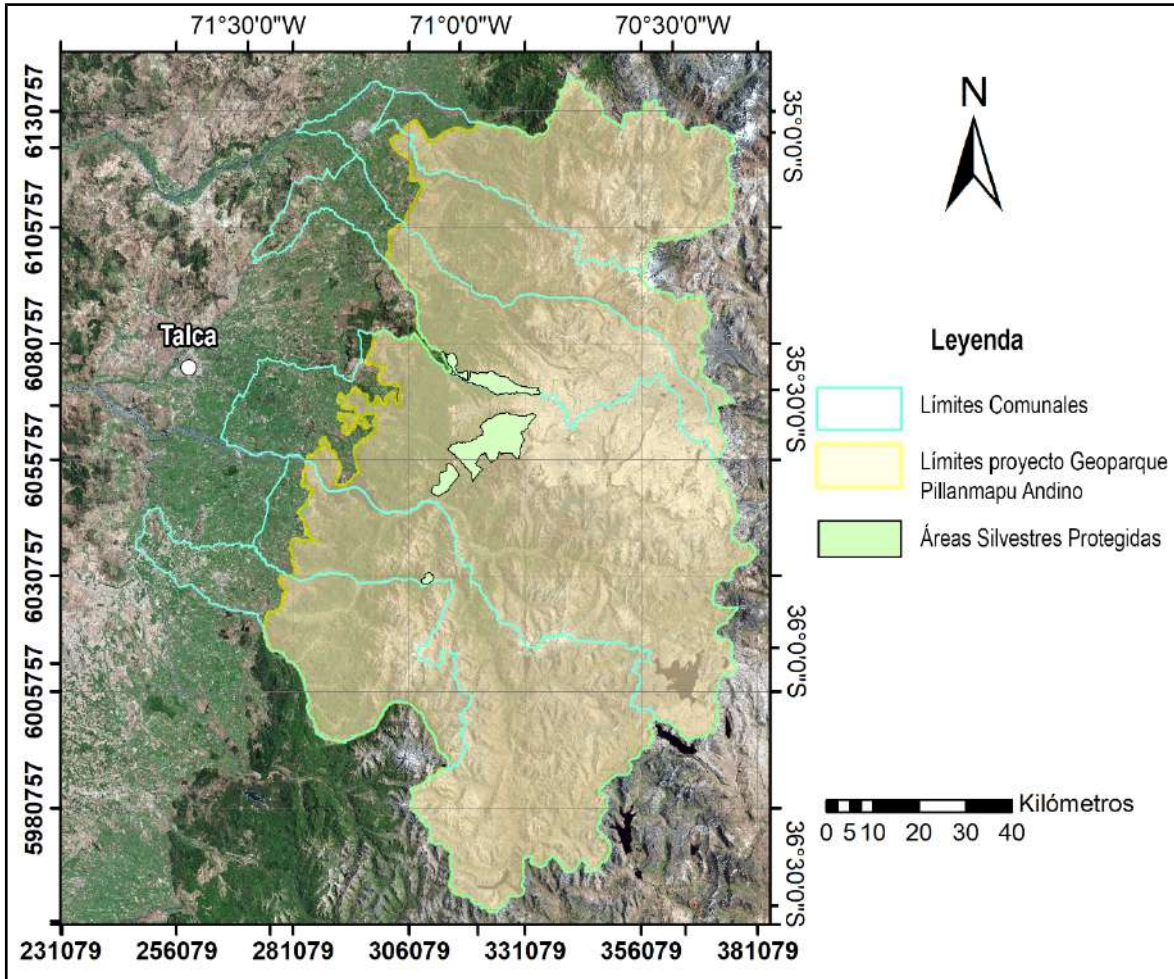
Con una superficie aproximada de 11.000 km², el proyecto Geoparque Pillanmapu Andino se desarrolla en la cordillera de los Andes de la región del Maule, Chile. Este proyecto abarca las comunas de Romeral, Curicó, Molina, San Clemente, Colbún y Linares, y cuenta con un parque nacional, tres reservas nacionales y tres santuarios de la naturaleza (Figura 1). Si bien la zona cuenta con áreas silvestres protegidas, existen elementos de interés turístico, científico y/o educativo que no se encuentran dentro de estas áreas y que se encuentran amenazadas por el contexto económico y productivo.

La economía de la región se basa principalmente en un modelo extractivista en torno a la actividad forestal, agrícola y vitivinícola, siendo esta la industria pujante de la región. Esta actividad ha mermado el paso a turistas locales, siendo uno de los principales conflictos para promover el uso del territorio como modelo económico no extractivista mediante el turismo inclusivo. Además de la industria silvoagropecuaria, la producción de energía eléctrica mediante la alta concentración de plantas hidroeléctricas ha sido un factor de degradación e intervención del paisaje cordillerano maulino. Un ejemplo de lo anterior es el valle Los Cóndores, ubicado en el camino al paso fronterizo Pehuenche, el cual posee la mayor cantidad de centrales hidroeléctricas del país pese a ser uno de los lugares más visitados por escaladores nacionales e internacionales. Actualmente, la región cuenta con un aumento en las concesiones mineras, siendo una potencial amenaza para el patrimonio natural y cultural de la región.

En los últimos años, la industria turística ha presenciado un aumento en la oferta de servicios turísticos de intereses especiales, principalmente relacionado a las actividades al aire libre como el senderismo, escalada, pesca y kayaking. Este aumento de la oferta turística se debe al surgimiento de agrupaciones que buscan romper el esquema del extractivismo, promoviendo el turismo como actividad económica sostenible. No obstante, este intento de cambio de modelo económico no se encuentra articulado, lo cual ha generado un desgaste de ciertos lugares geológicos de interés turístico tales como el valle los cóndores, donde la escalada ha generado un impacto con sus más de 300 rutas establecidas y el alto contenido de desperdicios dejados producto de la falta de servicios y facilidades (camping, basureros, entre otros). Esta desarticulación no permite generar estrategias de conservación efectiva de los elementos de valor turístico-patrimonial, atentando contra la sostenibilidad del recurso turístico.

En este contexto, el proyecto Geoparque Pillanmapu Andino surge como una solución atractiva a la problemática expuesta, al promover estrategias de conservación efectiva que articulen actores locales tales como autoridades, universidades, organizaciones sin fines de lucro, comunidades y el sector privado. El proyecto busca promover el desarrollo sustentable y sostenible local mediante el turismo inclusivo, educación y conservación del patrimonio natural y cultural.

Figura 1. Mapa de los límites geopolíticos del proyecto Geoparque Pillanmapu Andino.



Fuente: Elaboración propia a partir de límites de los mapas vectoriales de la Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.

2. OBJETIVOS

El presente trabajo tiene como objetivo general compartir una experiencia metodológica de articulación y promoción local, utilizada en el proyecto Geoparque Pillanmapu Andino, y que se contextualiza al modelo socio-político nacional.

Los objetivos específicos del trabajo de articulación local desarrollado en el proyecto de Geoparque Pillanmapu Andino corresponden a:

- OE. 1. Articular autoridades, tanto locales como regionales, a través de los lineamientos estratégicos para el desarrollo regional del Maule.
- OE. 2. Articular la comunidad local, tanto pública como privada, a través de la conformación de la Red de Colaboradores del Geoparque (RCG).
- OE. 3. Articular la Academia para asegurar el desarrollo sostenible del territorio y la formación continua de su gente.

3. EL PATRIMONIO MAULINO Y SU POTENCIAL PARA UN PRODUCTO TURÍSTICO INCLUSIVO E INTERDISCIPLINARIO

La cordillera maulina cuenta con un patrimonio excepcional de categoría mundial, que es necesario de preservar dado su valor turístico, educativo y/o científico. El estudio interdisciplinario de los elementos patrimoniales nos cuenta la compleja historia de un territorio marcado por la actividad volcánica y glaciaria que permitieron el surgimiento de una variada biodiversidad, y el uso de la zona por culturas desde hace al menos 8000 años.

La geología de la cordillera maulina nos narra una historia volcánica modelada por diferentes procesos geológicos, la cual es relatada a través de sus Lugares de Interés Geológico (LIG). Ejemplo de ello es el Enladrillado de Altos de Lircay, una meseta formada por flujos volcánicos hace 1,2 y 0,7 Ma (Drake, 1976), posteriormente erosionada por glaciares dejando a la vista un suelo con la apariencia de ladrillos. Otro lugar remarcable es el Complejo Volcánico de la Laguna del Maule, que hospeda una inusual abundancia de coladas de lava y domos volcánicos datados entre 24 a 2 mil años de antigüedad, procedentes de más de 24 aberturas o chimeneas (Feigl, 2013). Así mismo, existen en el área del proyecto un gran número de edificios volcánicos, muchos de ellos activos tales como el estratovolcán Cerro Azul. Este, junto a su cono lateral Quizapu, ha sido el responsable de algunas de las erupciones más violentas de las que se tenga registro en Sudamérica (Hildreth & Drake, 1991). Debido a la importancia de los sitios mencionados, la Sociedad Geológica de Chile decidió nombrarlos geositos nacionales. El hecho de contar dentro del área de estudio con tres sitios reconocidos por dicha institución pone en evidencia la relevancia del patrimonio geológico existente en la zona. Cabe destacar que el patrimonio geológico de los Andes del Maule no solo es reconocido y valorado por la comunidad geocientista, sino que es relevante para la comunidad local, que reconoce como LIG lugares como los basaltos columnares del valle los cóndores (Figura 2.A) o las tobas de los monjes blancos (Figura 2.B).

La influencia del volcanismo reciente en los suelos de la cordillera maulina, junto al régimen transicional de clima mediterráneo del norte en contacto con el clima templado lluvioso del sur, ha generado que los Andes del Maule posean una abundante biodiversidad endémica (Cuevas y Formas, 2001). Cabe destacar que el clima mediterráneo de este segmento nacional corresponde a uno de los 25 *hot spots* de biodiversidad (Figura 2.C) característicos de este régimen, con especies endémicas del género *Nothofagus* como principales exponentes (Martínez, 2016). Dentro del género *Nothofagus* destacan los bosques de roble maulino (*Nothofagus glauca*) y la lenga (*Nothofagus pumilio*), los cuales albergan una importante biodiversidad faunística. La fauna de la cordillera maulina se caracteriza por una amplia variedad de especies, muchas de ellas en peligro de extinción, tales como reptiles como la lagartija de Curicó (*Liolaemus curicensis*), mamíferos como el puma (*Puma concolor*) o el gato colocolo (*Felis colocola*), aves como el cóndor (*Vultur gryphus*), el flamenco chileno

(*Phoenicoperus chilensis*) o el trichahue (*Cyanoliseus patagonus*), o anfibios como el *Alsodes hugoi* y el *Telmatobufo venustus* (Martínez, 2016).

Figura 2. Patrimonio natural y cultural de la cordillera maulina. A) Meseta basáltica del Valle de Los Cóndores. B) Tobas de los Monjes Blancos. C) Salto Velo de la Novia del Parque Nacional Radal Siete Tazas, *hot spot* de biodiversidad endémica. D) Petroglifos adscritos al estilo Guaiquivilo



Fuente: A,C y D, Fotografías tomadas por Pablo Cifuentes. B, Fotografía tomada por Rodrigo Perez.

La flora y fauna de los Andes maulinos, junto a su carácter volcánico con abundancia de obsidiana, permitió que la zona fuera utilizada para asentamientos humanos y de tránsito (Durán et al., 2004). Estudios arqueológicos en sitios ocupacionales transitorios evidencian que la Laguna del Maule fue una de las mayores fuentes de aprovisionamiento de obsidiana para el intercambio entre Chile y Argentina, y para los grupos cazadores-recolectores que se asentaron en la Precordillera del Maule (Durán et al., 2004). Si bien los estudios indican que la zona ha sido utilizada desde el 8000 A.P. (Durán et al., 2004), la ocupación generalizada se remonta al Periodo Intermedio Tardío (PIT, 1000-1450 D.C.), con grupos humanos que van desde precerámicos cazadores-recolectores hasta grupos de tradiciones cerámicas (Castelleti, 2007). Estos grupos del PIT dejaron un invaluable patrimonio arqueológico de arte rupestre adscrito al estilo Guaiquivilo (Figura 2.C), caracterizado por sus locaciones cercanos a cursos de agua y con elementos figurativos de tipo abstracto-simbólicos marcados por los motivos fitomorfos, improntas de pie y huellas animales y triángulos concatenados (Castelleti, 2007).

Actualmente, la comunidad del frente cordillerano del Maule tiene un importante patrimonio cultural donde destaca la artesanía en crín, la cual es exclusiva de la localidad de Rari. La particularidad de esta técnica de cestería ha sido traspasada de generación en

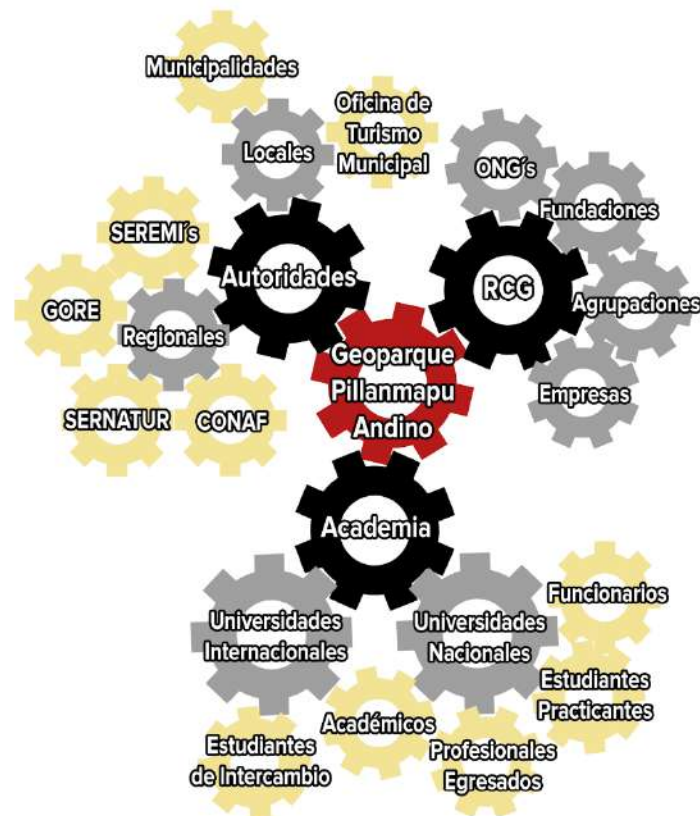
generación a las mujeres de esa localidad por más de 200 años, generando interés turístico en el área (Peters,1992). Dada la relevancia de esta técnica, el área de Colbún-Rari fue declarada Zona de Interés Turístico (ZOIT) el año 2017.

4. METODOLOGÍA PARA LA PROMOCIÓN Y ARTICULACIÓN TURÍSTICA DE LA CORDILLERA MAULINA

El área considerada en el proyecto de geoparque Pillanmapu Andino, se caracteriza por el creciente turismo de intereses especiales asociado a actividades como el trekking, la pesca con mosca, la escalada, los deportes de invierno, entre otros. Sin embargo, pese a ser actividades que buscan la recreación en contacto con el medioambiente, la conservación efectiva del entorno presenta escasa gestión, lo que se ha evidenciado en la degradación de los senderos por sus capacidades de carga.

La promoción de un turismo sustentable, sostenible e inclusivo requiere de un compromiso desde todas las esferas sociales, políticas y académicas que intervienen en los distintos territorios. De esta manera, el proyecto Geoparque Pillanmapu Andino surge como un ente articulador entre las autoridades, la comunidad a través de la Red de Colaboradores del Geoparque (RCG) y la academia (Figura 3).

Figura 3. Esquema de articulación local del proyecto Geoparque Pillanmapu Andino, engranando a la comunidad, las autoridades y la academia.



Fuente: Elaboración propia.

4.1. Metodología para el O.E. 1: articulación con autoridades.

Lograr la sostenibilidad territorial a través de los modelos de geoparque requieren el compromiso de las autoridades. Para ello, el proyecto de geoparque ha trabajado con autoridades en dos principales ejes: autoridades locales y autoridades regionales. Desde el año 2009, las autoridades regionales del Maule han promovido el surgimiento de iniciativas que permitan vincular la comunidad y las autoridades con el fin de promover la participación y la sustentabilidad política. Dado las características y los alcances del geoparque, se propone una colaboración mancomunada con el Gobierno Regional del Maule (GORE Maule), el SERNATUR, la CONAF y las SEREMIS de Medioambiente, Bienes Nacionales y Obras Públicas, con el fin de promocionar y promover el acceso a lugares de interés. Para el trabajo con autoridades locales, se ha propuesto como figura de articulación la Asociación de Municipios, donde se espera que ésta actúe como organismo patrocinante del geoparque. De esta forma, el geoparque toma un rol preponderante en la vinculación entre municipios y comunidades en pos de un proyecto en común.

4.2. Metodología para el O.E. 2: articulación de la comunidad.

Para lograr el compromiso de las comunidades y las empresas afines al rubro turístico, el modelo propuesto en este proyecto consiste en la conformación de la Red de Colaboradores del Geoparque. Realizando un análisis de las figuras, se consideró la cooperativa como opción participativa, donde los miembros de distintas agrupaciones tendrían incidencia directa en las políticas a desarrollarse en el geoparque, promoviendo el espíritu de innovación y colaboración. La cooperativa estaría conformada por miembros del geoparque y miembros de empresas turísticas, productores locales y organizaciones sin fines de lucro tales como ONG's, Fundaciones o Corporaciones.

4.3. Metodología para el O.E. 3: articulación de la academia.

Finalmente, el tercer actor considerado en el modelo de articulación de del presente proyecto corresponde a la Academia, la cual es fundamental para el perfeccionamiento continuo e investigación territorial. Para esto se plantea un trabajo colaborativo con universidades nacionales e internacionales, donde investigadores, tesis, pasantes y practicantes puedan colaborar con el proyecto con el fin de profundizar la información base para la conformación de un producto turístico integral e interdisciplinario. A su vez, se espera que el trabajo con universidades permita a los miembros de la RCG optar a un perfeccionamiento continuo a través de charlas, diplomados, seminarios y congresos.

5. RESULTADOS

5.1. Resultados preliminares

El proyecto Geoparque Pillanmapu Andino comenzó a ejecutarse en diciembre del 2018 y, desde entonces, se ha trabajado en pos de establecer una base robusta para el desarrollo

futuro del geoparque. Se ha considerado que, previo a la investigación científica, resulta relevante articular una red de actores locales para generar un trabajo colaborativo desde la base. Esto, a su vez, suscita un involucramiento directo de las comunidades locales en el desarrollo del proyecto, actividad que es clave en la formación de geoparques. Como se mencionó anteriormente, se consideraron tres sectores principales a articular: autoridades, academia y los miembros de la RCG. Vincular de manera efectiva estas tres partes permite no solo generar espacios de interacción inclusivas entre distintas esferas, sino que además permite ejecutar iniciativas de manera fluida y participativa. A continuación, se resumen los principales resultados del trabajo de articulación ya efectuado.

Debido a la naturaleza de los geoparques, se ha priorizado la articulación con los habitantes de la región, es decir, las comunidades locales. Esto comprende tanto Organizaciones Sin Fines de Lucro (OSFL), como empresas o productores locales cuyas misiones institucionales estén focalizadas en temáticas afines al proyecto, es decir conservación, turismo, educación y/o divulgación científica. Actualmente, el proyecto cuenta con la colaboración de 8 OSFL (ONG Andes Sustentable, ONG Río Arriba, Agrupación Defensores del Maule, Fundación Trekking Chile, Agrupación Defensores de los Queñes, Agrupación de Arqueología de la Región del Maule, Agrupación Mapu Maule y Exploradores del Maule) y 2 empresas de servicios turísticos (Refugio Biota Maule y el Lodge Casa Chueca). Cabe destacar que, previo al inicio del desarrollo del proyecto, ya se estaba gestando una iniciativa de geoparque en la región, promovida por la ONG Andes Sustentable en colaboración con la Unidad de Turismo de la Municipalidad de San Clemente. Esto permitió que, desde marzo del presente año, se consolidara el trabajo colaborativo con estas organizaciones para promover la formación del geoparque.

Las universidades son esenciales dentro de un geoparque ya que son las principales instituciones encargadas del desarrollo y perfeccionamiento continuo. Comprendiendo esto, se han establecido conversaciones con académicos de la Universidad de Talca, institución relevante dada su fuerte incidencia en la región. Debido a que esta institución no cuenta con un departamento de geología, disciplina imprescindible en los geoparques, se ha recurrido a colaborar con universidades externas a la región, tales como la Universidad de Chile, con la cual ya se inició la colaboración. Adicionalmente, el proyecto cuenta con el apoyo de académicos de la Universidad Autónoma de México, quienes a su vez son miembros del equipo de Geoparque de la Comarca Minera de Hidalgo, proyecto gestado en aquella casa de estudios.

Dado que parte de los lugares donde el Geoparque Pillanmapu Andino busca incidir son de propiedad pública, es necesario establecer planes de trabajo con las autoridades locales. Dentro de esta categoría se encuentran municipios, SEREMI's afines y el GORE. Como ya se mencionó, el proyecto está concebido para operar en un área que abarca 6 municipios, de los cuales 4 están dispuestos a formar parte y apoyar el proyecto. Las SEREMI's que se consideran pertinentes son las de bienes nacionales, obras públicas y medioambiente, habiéndose entablado conversaciones con las últimas dos.

5.2. Resultados esperados

El proyecto Geoparque Pillanmapu Andino proyecta, para un periodo mayor a 5 años, establecerse de manera robusta en la región del Maule y optar a la postulación a la Red Global de Geoparques (GGN por sus siglas en inglés) de la UNESCO. A continuación, se listan algunos de los resultados esperados para el periodo 2019-2020.

- Consolidar los vínculos con las autoridades locales y regionales, incluyendo a la red los municipios faltantes (Colbún y Linares), a la SEREMI de Bienes Nacionales y al Gobierno Regional del Maule.
- Fortalecer la RCG, incluyendo al menos 5 miembros adicionales.
- Fortalecer el vínculo con la Universidad de Talca dada su relevancia a nivel regional.
- Levantar la línea base de investigación científica para desarrollar estrategias de conservación efectiva y aprovechamiento sostenible del recurso patrimonial. Se considera el levantamiento inicial de tres disciplinas: arqueología, geología y biología.
- Generación de un primer catastro sistemático de lugares de interés y una propuesta de rutas patrimoniales con lenguaje democratizado apto para todo público.
- Primeros talleres y capacitaciones para la comunidad local, tomando énfasis en los miembros de la RCG, autoridades locales y guardaparques de CONAF.

6. REFERENCIAS

Castelleti, J. (2007). El arte rupestre en la zona boscosa y lacustre cordillerana del sur de Chile y sus relaciones con regiones vecinas. *Boletín de la Sociedad Chilena de Arqueología* 40 (1). 57-71.

Cuevas, C. and J. Formas. (2001). A new species of *Alsodes* (Amphibia, Anura, Leptodactylidae) from Central Chile. *Amphibia-Reptilia* 22: 187-198.

Durán, V., Giesso, M., Glascock, M., Neme, G., Gil, A., Sanhueza, L. (2004). Estudio de fuentes de aprovisionamiento y redes de distribución de obsidiana durante el Holoceno Tardío en el sur de Mendoza (Argentina). *Estudios atacameños*, (28), 25-43.

Drake, R. E. (1976). Chronology of cenozoic igneous and tectonic events in the central Chilean Andes -- latitudes 35° 30' to 36°S. *Journal of Volcanology and Geothermal Research* 1(3): 265-284.

Feigl, K. L., Le Mével, H., Tabrez Ali, S., Córdova, L., Andersen, N. L., DeMets, C., & Singer, B. S. (2013). Rapid uplift in Laguna del Maule volcanic field of the Andean Southern Volcanic zone (Chile) 2007–2012. *Geophysical Journal International*, 196(2), 885-901.

Hildreth, W. y R. E. Drake. (1992). Volcán Quizapu, Chilean Andes. *Bulletin of Volcanology* 54(2): 93-125.

Martínez, V. (2016). Caracterización de la cubierta vegetal e identificación de sectores susceptibles a degradación en la Reserva Nacional Altos de Lircay, comuna de San Clemente, región del Maule. Tesis para optar al título de Geógrafa, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile. Santiago, Chile.

Peters, C. (1992). Lo divino y lo humano en la cerámica pintada de Talagante. Las artesanías urbanas. Cestería de Rari, el arte de las fibras y las crines de Rari. Revista Artesanías de América, 37(8), 51-62.

UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y CONSERVACIÓN EFECTIVA: LA EXPERIENCIA DEL PROYECTO GEOPARQUE VALLE DE PETORCA. REGIÓN DE VALPARAÍSO, CHILE

V. Vicencio^[1], C. Montero^[2], R. Pérez^[3], M. Covarrubias^[4], F. Pardo^[5],
S. Vivanco^[6], C. Acuña^[7], N. Aravena^[8], D. de la Fuente^[9] y C. Delgado^[10]

Resumen

El presente trabajo muestra la experiencia del Proyecto Geoparque Valle de Petorca (PGVdP), su historia y primeros pasos, así como la organización y autogestión necesarias para mantenerlo en el tiempo con recursos limitados. Este proyecto se enmarca en una zona deteriorada ambiental, social y económicamente, y busca fomentar una reactivación socioeconómica mediante un modelo diferente al extractivismo, poniendo como ejes de desarrollo las áreas de educación, conservación, investigación y desarrollo endógeno. Se expone la historia del proyecto, la metodología de trabajo usada (Programas de Prácticas Profesionales), los avances en materias investigativas y de gestión, además de los lugares de interés geológico y arqueológico encontrados en el territorio hasta el momento. Finalmente, se muestran las propuestas de desarrollo en cada una de las cuatro áreas mencionadas anteriormente.

[1] Vladimir Vicencio. Geólogo, Magister en Ciencias mención Geología. ONG Covalente. Proyecto Geoparque Valle de Petorca. vladimir@covalente.cl

[2] Claudia Montero. Licenciada en Arqueología y Posgrado en Patrimonio. Proyecto Geoparque Valle de Petorca. claumontero@gmail.com

[3] Rodrigo Pérez. Geólogo, Asesor geológico y educacional del Proyecto Geoparque Valle de Petorca. Coordinador Científico Proyecto Geoparque Pillanmapu Andino. rodrigo.perez.garay@gmail.com

[4] Michelle Covarrubias. Antropóloga Social e investigadora independiente. Proyecto Geoparque Valle de Petorca. mcovarrubiaslaterra@gmail.com

[5] Fernanda Pardo. Fotógrafa e Investigadora independiente. Proyecto Geoparque Valle de Petorca. pardopardo.f@gmail.com

[6] Sergio Vivanco. Licenciado en Antropología mención Arqueología. sivg27@gmail.com

[7] Camilo Acuña. Ingeniero Civil Químico. Ingeniero Civil en Biotecnología. ONG Covalente. Proyecto Geoparque Valle de Petorca. camilo@covalente.cl

[8] Nicolás Aravena. Antropólogo Social. naravena9413@gmail.com

[9] Diego de la Fuente. Ingeniero Civil en Biotecnología. ONG Covalente. Proyecto Geoparque Valle de Petorca. diego@covalente.cl

[10] Catalina Delgado. Licenciada en Estudios Internacionales. Bachiller de Ciencias Sociales. Proyecto Geoparque Valle de Petorca. Guardianes de Hierro. catalinadelgadocruz@gmail.com

Palabras clave: Petorca, Geoparque, Patrimonio, Multidisciplinario, Desarrollo Endógeno

Abstract

The present essay shows the experience of the Petorca Valley Geopark Project, its history and first steps, as well as the organization and self-management necessary to keep it in time with limited resources. This project is framed in an environmentally, socially and economically deteriorated area, and seeks to foster a socio-economic reactivation through a different model to extractivism, putting the areas of education, conservation, research and endogenous development as the axes of development. This work portrays the history of the project, the methodology used (Professional Practices Programs), the progress in research and management, and the places of geological and archaeological interest found in the territory at this moment. Finally, the development proposals in each of the four areas mentioned above are shown.

Keywords: Petorca, Geopark, Patrimony, Multidisciplinary, Endogenous development

INTRODUCCIÓN

Desde el año 2016 se han venido desarrollando en la comuna de Petorca iniciativas y actividades que apuntan hacia la creación de un Geoparque. La mayoría de estas acciones provienen desde la sociedad civil, desde jóvenes profesionales quienes han aplicado sus conocimientos en el territorio rural de forma práctica, con el fin de generar una alternativa de desarrollo sostenible y sustentable en torno al turismo de intereses especiales, diferente al extractivismo dominante. En el presente trabajo, se detalla la experiencia del Proyecto Geoparque Valle de Petorca en la búsqueda del ideal de autonomía sostenible.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente la economía de Chile está organizada en base al extractivismo, modelo de apropiación y explotación que extrae intensivamente elementos naturales a lo largo del territorio para su exportación directa (Gudynas, 2011; 2015). Mantener este escenario es complejo, pues la extracción constante desgasta el medioambiente y repercute en las dinámicas sociales, generando un modelo insostenible. Se puede apreciar casos donde faenas demandan trabajadores, pero el empleo por temporadas, con su poca estabilidad

socioeconómica, genera que muchos habitantes busquen otros rumbos, agudizando así la centralización en la Región Metropolitana o las capitales regionales [CITATION Val14 \l 13322]. Esta centralización es percibida, por ejemplo, en que poco menos de un tercio de la población de todo el país vive en Santiago, existiendo diferencias abismales entre la densidad poblacional de diferentes sectores del país². Es así como el fenómeno irrumpe en la posibilidad en que territorios rurales puedan mantenerse con menos circulación y con una forma de habitar constante, ya que no existen alternativas de desarrollo socio-económico diferentes al extractivismo.

La comuna de Petorca con aproximadamente 9.826 hab., y una densidad poblacional de aproximadamente 6 hab/km³, de acuerdo al Censo del 2017³, destaca por ser la cara visible a nivel nacional de la escasez hídrica y sus monocultivos de paltos, donde el sobreconsumo de agua para actividades agrícolas, sumado a los efectos de la megasequía y del cambio climático, tienen agotados los acuíferos superficiales y han secado el río Petorca, limitando el desarrollo social y agrícola de escala campesina. De acuerdo a los datos entregados por el Servicio de Impuestos Internos en el año 2016, un 31,2% de la población de la comuna trabaja en el rubro agrícola, de caza y ganadero, por lo que acabar con esta fuente de trabajo⁴ dejaría a muchas personas sin trabajo, teniendo que migrar en búsqueda de una alternativa para su sustento. Por otro lado, *“las comunas con mayores niveles de aislamiento son Petorca y Santo Domingo, con un 9,1% y 8,2% de su población en estas condiciones, respectivamente. En estas comunas prácticamente uno de cada diez de sus habitantes ostenta bajos niveles de integración, en lo que refiere al acceso a bienes y servicios públicos y privados y, en consecuencia, se encuentran en una situación de desventaja y desigualdad social respecto del resto de la población del país”* (Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo [Subdere], 2012; en Consejo Nacional de las Culturas y las artes [CNCA], 2018)

Dado este escenario es imperante generar una alternativa diferente, que progresivamente enriquezca a los habitantes del territorio, preserve los elementos naturales existentes y genere un plan de manejo del territorio en base al conocimiento acerca de él.

2 Un ejemplo de esto es la comparación de densidad poblacional entre la Región Metropolitana 474,85 hab/km³ y 0,99 hab/km³ en la Región del Aysén

3 Biblioteca del Congreso Nacional, 2017

4 Ibid

GEOPARQUE – UNA ALTERNATIVA

Una alternativa de desarrollo no extractivista que podría cumplir con las características anteriormente mencionadas corresponde al turismo de intereses especiales, actividad que permite generar un valor en base a sitios de interés relacionados con la naturaleza y la cultura de los habitantes del territorio. Este permite que la historia local y natural sea el atractivo principal, generando alternativas de desarrollo socio-económico en base a un relato. Bajo estos conceptos toma fuerza la figura de un Geoparque. Un Geoparque corresponde a un territorio que posee una red de sitios de interés geológico, en torno a comunidades y zonas con interés ecológico, cultural, entre otros, donde se fomentan actividades en torno al ámbito educativo, conservación, investigación y turismo [CITATION UNE19 \l 13322]. Relativo a este último punto, en algunos geoparques, su funcionamiento interno se rige en base a una red de servicios turísticos locales –guías, alojamientos, alimentación y transportes. – que permite que visitantes realicen rutas turísticas en torno a los sitios de interés geológico (Geoturismo), con el fin de: fomentar el desarrollo endógeno⁵; dotar de mayor prosperidad económica local; promover otra mirada sobre materias primas, proveedores y servicios locales, los que colaborarían mediante redes económicas circulares, sectorizadas y distribuidas estratégicamente por las comunidades; y finalmente con la preocupación en la educación para el consumo y un habitar del territorio consciente y responsable. Este escenario busca crear el proyecto Geoparque Valle de Petorca, iniciado hace más de tres años en la zona de Petorca, Región de Valparaíso.

HISTORIA DEL PROYECTO GVDP

El proyecto comenzó el año 2015, cuando Vladimir Vicencio, geólogo recién egresado de la U. de Chile, migró desde su ciudad de origen –Santiago-, hacia el pueblo de Hierro Viejo, lugar de origen de su familia materna, donde comenzó a postular a proyectos para valorar el patrimonio geológico existente. El primero fue “Escalera del Diablo, Geología y Mito” (Explora Conicyt de Divulgación), consistente en un libro con la historia geológica y cultural local del cerro “Escalera del Diablo”, ícono rocoso del valle de Petorca. Luego, a

5 “El desarrollo endógeno sustentable es un concepto orientado a la reproducción material, sociopolítica, cultural y espiritual “desde adentro”, en torno a necesidades y capacidades locales; contempla economías plurales (economía de Estado, de mercado, de reciprocidad, solidaria y cooperativa), saberes endógenos y exógenos (de las ciencias occidentales) que permitan dinamizar y potenciar la diversidad biocultural”. [CITATION Del10 \p 17-18 \l 13322]

mediados del año 2016, Vladimir, J.P. Bergoeing y Tomás Martínez, dos estudiantes de geología, generan un proyecto para crear un inventario del patrimonio geológico local del Valle, apoyado por la Sociedad Geológica de Chile. Fue ofrecido a la municipalidad pero no hubo respuesta positiva. En septiembre del 2016, Vladimir toma contacto con la ONG Covalente (Diego de la Fuente y Denisse de la Fuente), levantando una postulación al fondo concursable Aulab Turismo, del Laboratorio de Gobierno, con el proyecto “Ruta Patrimonial Escalera del Diablo”, consistente la creación de una ruta turística de intereses especiales gracias al trabajo de un grupo multidisciplinario de estudiantes – geología, arqueología, antropología y recursos naturales.

Primer programa de prácticas profesionales (2017)

El proyecto anterior fue modificado y presentado al concejo municipal de Petorca, donde fue muy bien valorado y se prometieron recursos para ejecutarlo. Se propuso la creación del inventario de geodiversidad mediante un programa de prácticas profesionales, durante el verano del año 2017. Esta idea prosperó, y el municipio colaboró con \$1.500.000 para financiar la logística. Durante fines del 2016, la ONG Covalente y otros/as colaboradores/as, se levantaron las directrices del programa y se ejecutó reuniendo 11 estudiantes, 9 de geología y 2 de arqueología, de la Universidad de Chile y la UNAB, quienes vivieron en Hierro Viejo durante enero del 2017 y recorrieron el valle recolectando datos geológicos y arqueológicos. Apoyados por un grupo de 6 tutores *ad-honorem*, se logró generar un inventario preliminar de geodiversidad, un informe geológico, un mapa geológico 1:100.000, un informe de evaluación arqueológica y otros insumos.

Segundo programa de prácticas profesionales (2018)

Al verano siguiente se replicó la iniciativa. Esta vez el equipo de trabajo se compuso por 14 personas: dos memoristas (Rodrigo Pérez – Geología; Sergio Vivanco – Arqueología); 5 practicantes de geología, 1 de arqueología; 1 de ecoturismo; dos tutores geólogos, un cocinero, una tutora del área de turismo y arqueología y varias personas para apoyo logístico. El financiamiento fue dado por la geóloga Karen Baraona (\$2.000.000) y por Mario Azócar, un empresario local (\$150.000). En este programa se levantó información geológica y arqueológica para apoyar a los memoristas. Además, se realizaron tres talleres la comunidad de Hierro Viejo, enfocados en geología, arqueología y turismo, respectivamente. Gracias a esto, Rodrigo Pérez pudo realizar su trabajo de memoria, obteniendo la calificación máxima y muchos elogios por su calidad. Además, el trabajo en

turismo permitió convocar a más de 20 participantes en la primera feria de productores locales de Hierro Viejo, realizada en febrero del 2018.

Tercer programa de prácticas profesionales (2019)

Durante enero del 2019 se realizó el tercer programa de prácticas profesionales, denominadas “Prácticas Socioambientales en el Valle de Petorca”, gracias al trabajo de ONG Covalente, ONG CEUS y Geociencias para Políticas Públicas (GPP). Fue financiada mediante donaciones particulares (Carolina Miralles) y dos campañas de recaudación de fondos (CEUS e IDEA.ME, proyecto “Residencias del Diablo⁶”), recaudando un total de \$2.818.355. Este recurso permitió convocar a un equipo multidisciplinario de 18 estudiantes pasantes, de 8 carreras – Geología, Antropología, Sociología, Ing. Civil Industrial, Ing. Comercial, Comunicación Audiovisual, Periodismo y diseño -, de 11 universidades diferentes – PUC, U. de los Andes, U. de Chile, UNIACC, UDP, UFSM, UAHC, U. Mayor, U. de Concepción y U. Católica de Temuco -, coordinados a través de 14 tutores – 3 tesistas, 5 tutores coordinación y 6 mentores -. Su labor consistió en trabajar agrupados en cinco áreas: Comunicaciones, Medio Humano, Medio Físico, Modelo de Gestión y Financiamiento, avanzando en la estructura y coordinación interna del proyecto, además de generar actividades con la comunidad. Se fortaleció la base de datos existente del territorio y se logró convocar a un equipo de profesionales del área social - CISAT (Centro de Investigaciones Sociales Aplicadas al Territorio) - que se encuentran trabajando esta área.

VINCULACIÓN Y ACCIÓN TERRITORIAL

Al día de hoy, se han realizado múltiples guiados y talleres a grupos de personas afines a los contenidos enseñados en el geoparque, contabilizando más de 400 personas beneficiadas. Entre ellos, se cuentan los cursos universitarios Patrimonio y SEIA (FACSO – UCHILE), Bioconstrucción (UNAB Viña), Geología General (FAU – UCHILE), Métodos de Campo 1 (UNAB Santiago), Planificación y Gestión Turística (UNAB Viña), Urbanismo (UTFSM – Valparaíso), IGEA (FCFM – UCHILE), Introducción a la Geología (CFT UCEVALPO), Petrografía y Mineralogía (CFT UCEVALPO), Petrología y Petrogénesis (UNAB Viña). Los colegios Federico García Oldini de Hierro Viejo, Colegio municipal de Santa Julia, estudiantes de la Brigada Ecológica de Petorca y el colegio Montessori Viento Sur de Maitencillo. Además, se han realizado guiados a las organizaciones Escuela de

6 <https://www.idea.me/proyectos/67300/residencias-del-diablo>

Agroecología Germinar, Somos Valle, Guardianes de Hierro, Trekking Running Petorca, Hijos del Carén, CEUS, Covalente, CISAT, entre otras. Finalmente, se han hecho caminatas interpretativas y actividades de extensión con más de 100 niños, jóvenes y adultos de la comunidad local durante las diferentes instancias de trabajo a lo largo de los 3 años de vida del proyecto.

LÍNEAS DE ACCIÓN Y PROYECCIONES A FUTURO

Al día de hoy, el equipo de trabajo está compuesto por 10 personas de cinco profesiones diferentes - Geología, Arqueología, Ingeniería, Sociología y Antropología -, quienes se encuentran en etapa de organización y planificación del proyecto, desarrollo de las diferentes áreas de acción, y elaboración de los objetivos a corto, mediano y largo plazo.

El plan de acción del PGvdP consiste en una estrategia de desarrollo del territorio, que permita la articulación y coordinación, mediante acciones concretas, de una red que una a los diferentes elementos del paisaje natural y social, y los haga parte en un sistema virtuoso de desarrollo endógeno – Geoparque - . Para esto, se está trabajando sobre cuatro áreas: Conservación, Educación, Investigación y Desarrollo Endógeno, detallando a continuación su estado y acciones a futuro.

Conservación

La conservación se encuentra dando sus primeros pasos, a través de la gobernanza local de algunos elementos de interés, mediante comunidades y grupos organizados, como el caso de la Piedra del Indio y el grupo local Guardianes de Hierro, quienes conservan y facilitan el acceso al lugar. Se propone que este modelo se replique y que cada comunidad desarrolle un sistema de protección de sus elementos de interés territorial.

Educación

El área de educación se enfocará en conocer el estado de la educación y las necesidades educativas del Valle de Petorca, y el diseño de un plan de trabajo que mejore las deficiencias que existen, vinculando al Geoparque con las comunidades locales a través de proyectos como el GeoLab, enriqueciendo el currículo formal a través de “clases en terreno”, pudiendo visitar lugares de interés geológico, arqueológico, y otros elementos del paisaje, fomentando su cuidado e incentivando la curiosidad por aprender en los niños.

Investigación

El área de investigación desarrollará el conocimiento técnico en torno a las siguientes líneas: Geología, Ciencias Sociales, Arqueología, Aspectos Naturales, Derecho y Leyes, Turismo y Educación. Estas se encuentran en proceso de planificación/consolidación, y se desarrollarán dentro de un marco estratégico que maximice su aporte al Geoparque. Las acciones contempladas consisten en establecer protocolos y lineamientos claros de investigación, vincular academia y comunidades a través de proyectos concretos, priorizar líneas de investigación en base a los recursos existentes y la estrategia de desarrollo, además de buscar financiamiento para llevarlo a cabo.

Desarrollo Endógeno

En esta línea se han identificado dos áreas importantes de desarrollo: Productores Locales y Turismo.

Productores Locales: Se propone organizar y colaborar con el establecimiento de redes de productores locales, las cuales avancen en la formalización de sus integrantes y mejoren el estándar de calidad de sus productos y servicios. Además, se propone potenciar la feria de productores locales, realizada en dos ocasiones en Hierro Viejo, calendarizando nuevas actividades y acciones que permitan fortalecer la autogestión e infraestructura utilizada.

Turismo: Actualmente, el turismo es incipiente en el Valle. Existe una ruta turística conocida -"Donde el Diablo Perdió el Poncho"-, la cual agrupa a algunos productores locales y servicios, pero que no tiene un relato integrado y atractivo del potencial que posee el valle. Para superar esto, se propone la creación de nuevas rutas de turismo inclusivo y de intereses especiales, las cuales puedan realizarse mediante guías interpretativos y servicios locales, en torno al conocimiento que se posee en las áreas anteriormente descritas. Además, se propone hacer alianzas con organizaciones, universidades y privados ligados a ésta área, promoviendo un turismo innovador y de calidad, consciente del espacio que se habita y utiliza, además de iniciativas que apunten a difundir y aplicar la información que existe (Escuela de Guías Turísticos).

REFLEXIONES FINALES

El desarrollo de turismo consciente, inclusivo y de intereses especiales forma parte de la estrategia mediante la cual se busca brindar una alternativa al actual sistema económico y social imperante del Valle de Petorca. Con miras al futuro, se busca definir rutas turísticas

como una fuente de desarrollo local que brinde recursos y empodere a las comunidades del valle, incluyendo instancias para la vinculación y educación entorno al patrimonio natural/cultural que existe. Las cuatro áreas de trabajo del proyecto representan las aristas actuales con las que se continuará dicha labor, pensando en un modelo ideal que sea sustentable enfocado y dirigido por quienes viven el territorio.

AGRADECIMIENTOS

Se agradece infinitamente a todos y todas las personas que han participado de alguna u otra manera en este proyecto, tanto con apoyo material y espiritual. Cada esfuerzo suma y se valora cada uno de ellos. Esperamos que esta iniciativa contribuya con el ideal de cada uno de ellos y ellas, hasta que se transforme en algo concreto que cambie el mundo.

BIBLIOGRAFÍA

Biblioteca del Congreso Nacional. (2017). *Reportes Estadísticos Comunales*. Obtenido de <https://reportescomunales.bcn.cl/2017/>

Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo [Subdere]. (2012). *Estudio identificación de localidades en condiciones de aislamiento*. Obtenido de División de Políticas y Estudios, Subdere: <http://www.subdere.gov.cl/sites/default/files/documentos/>

Consejo Nacional de las Culturas y las artes. (2018). *Política cultural regional 2017-2022*. Santiago: CNCA. Obtenido de <https://www.cultura.gob.cl/politicas-culturales/wp-content/uploads/sites/2/2018/01/politica-valparaiso-2017-2022.pdf>

Delgado, F., Rist, S., & Escobar, C. (2010). *El desarrollo endógeno sustentable como interfaz para implementar el vivir bien en la gestión pública boliviana*. Cochabamba: AGRUCO-CAPTURED.

Gudynas, E. (2011). Más allá del nuevo extractivismo. En F. Wanderley, *El desarrollo en cuestión de reflexiones desde América Latina* (págs. 379-410). La Paz: Oxfam y CIDES UMSA.

Gudynas, E. (2015). *Etractivismos. Ecología, economía y política de un modo de entender el desarrollo y la naturaleza*. Cochabamba: CEDIB.

UNESCO. (29 de jul de 2019). *UNESCO Oficina Montevideo. Programa Internacional de Geoparques de la UNESCO*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/office-in->

montevideo/natural-sciences/international-programme-for-geosciences-and-geoparks/unesco-global-geoparks/

Valdés, X. (2014). Trabajo agrícola temporal, familias, géneros. En X. Valdés, L. Rebolledo, J. Pavez, & G. Hernández, *Trabajos y familias en el neoliberalismo. Hombres y mujeres en faenas de la uva, el salmón y el cobre* (págs. 21-97). Santiago: LOM

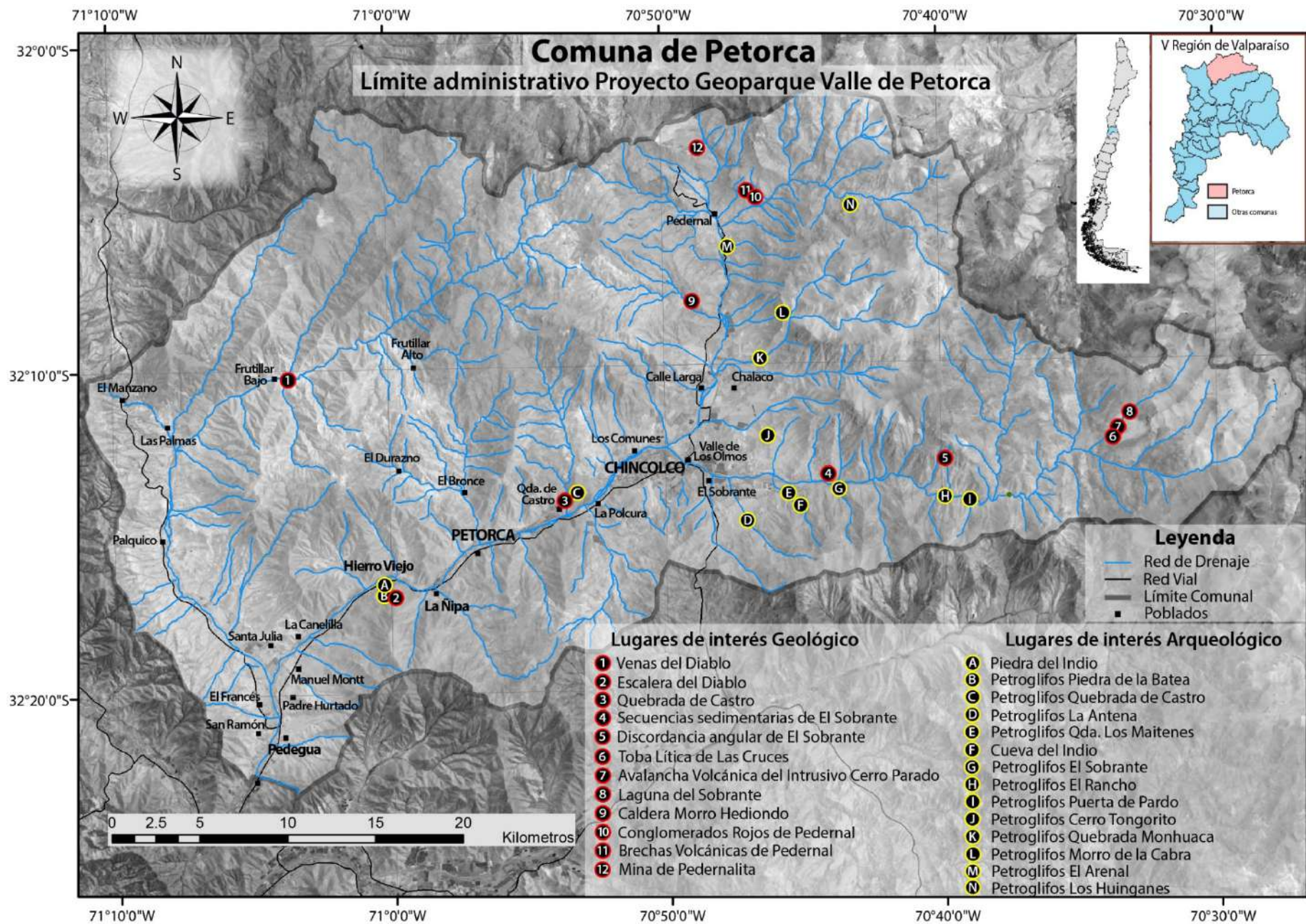


Figura 1 – Mapa de la comuna de Petorca (límite administrativo del Proyecto Geoparque Valle de Petorca), principales poblados y los lugares de interés geológico y arqueológico encontrados

POSTERS

FACTOR SALUD COMO CONDICIONANTE DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS: PROYECTO SENDERISMO EN LA ARAUCANÍA

Carlos Bahamondes Ávila¹; Luis Bustos Medina²; Alejandro Ducassou Varela³; Carlos Jorquera Aguilera⁴; Valentina Arriagada Cárdenas¹; Camila Narvaes Necul¹.

¹Escuela de Kinesiología, ³Coordinación Docente y ⁴Escuela de Nutrición; Universidad Mayor. ²Escuela de Salud Pública, Universidad de La Frontera.

INTRODUCCIÓN

La riqueza natural de los Parques Nacionales (PN) de la Región de La Araucanía es considerada clave para el desarrollo turístico. Este contexto, y el número cada vez más alto de visitantes a los PN, hacen del senderismo una actividad que puede potenciar la "experiencia turística de los visitantes", dado que permite vivenciar una realidad inmersiva, memorable y distintiva¹.

El senderismo es considerado una "actividad física verde", la cual permite a las personas, a través de la caminata y la interacción con los entornos naturales, obtener beneficios en su salud física y emocional^{2,3}. También puede ser un ejercicio físico de larga duración, de intensidad variable y alto compromiso fisiológico^{4,5}. La geografía del terreno, el estado de salud, la preparación y una mala elección del sendero a recorrer puede inducir riesgos para la salud o accidentabilidad que alteren una "buena experiencia turística".



OBJETIVO

DESCRIBIR LA APTITUD DE SALUD PREVIA A LA PRÁCTICA DEL SENDERISMO EN EL VISITANTE DEL PN CONGUILLÍO.

METODOLOGÍA



Estudio de corte transversal. Participaron 153 personas (77 hombres y 76 mujeres).

Al ingreso del sendero Sierra Nevada (PN Conguillío), se aplicó a los visitantes un cuestionario de salud: **Physical Activity Readiness Questionnaire (PAR-Q)**⁶, que autoreporta y evalúa la aptitud de salud previa que poseen los senderistas para la práctica de actividad física (AF). Son siete preguntas que se orientan a descartar condiciones o riesgos de salud que pueden verse acrecentadas con la práctica de AF. Contestar una respuesta positiva durante el PAR-Q implica sugerir al usuario una consulta médica previa que autorice su participación en AF. El estudio contó con la aprobación del Comité de Ética de la Universidad Mayor.

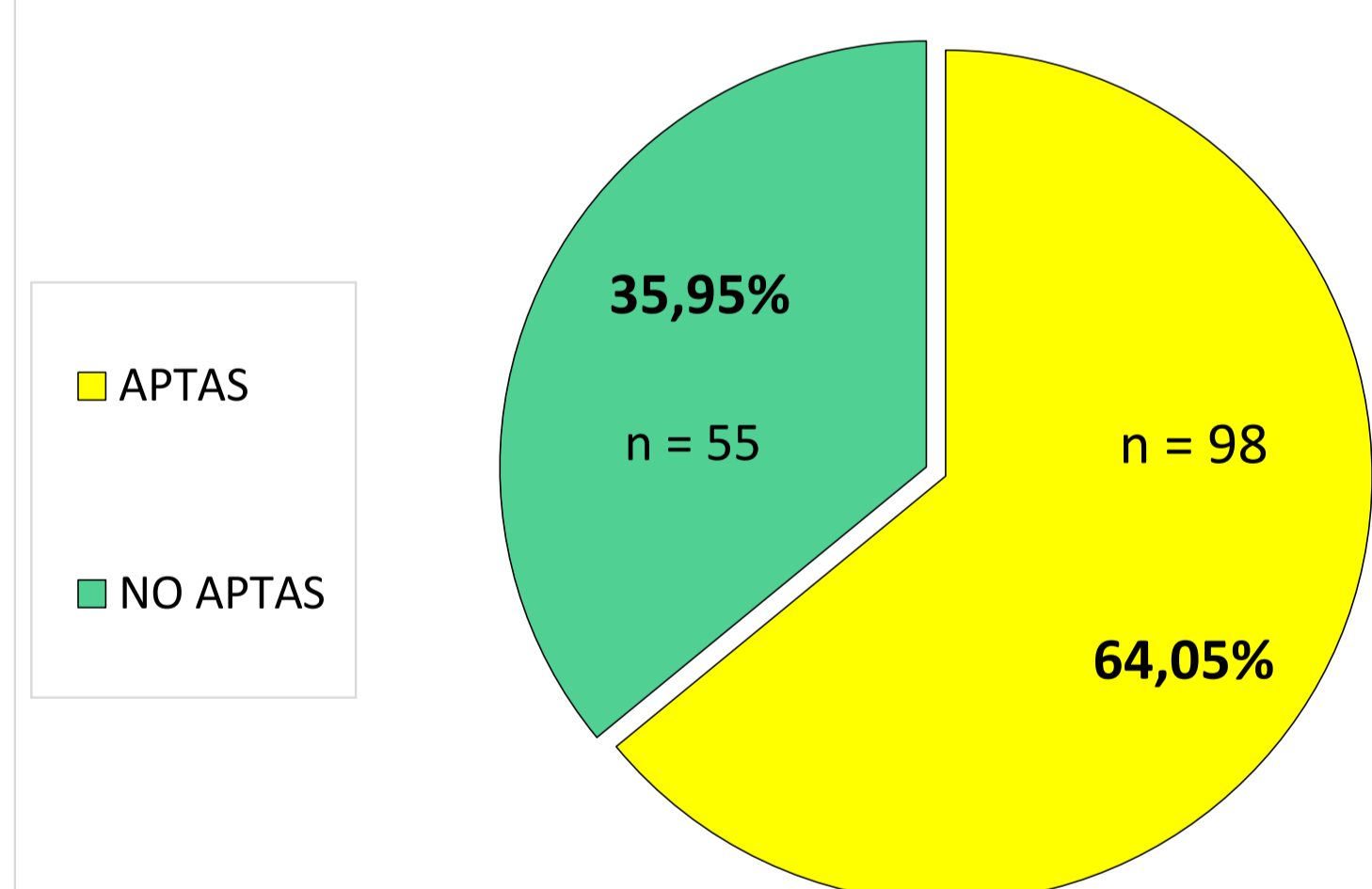
Los resultados se analizaron según sexo y distribución por pregunta del PAR-Q.

RESULTADOS

Del total de la muestra, el 35,95% (55 participantes) no posee una aptitud previa en salud para la práctica de senderismo; condición que es presenta en mayor cantidad en los hombres (38,96%, n = 30).

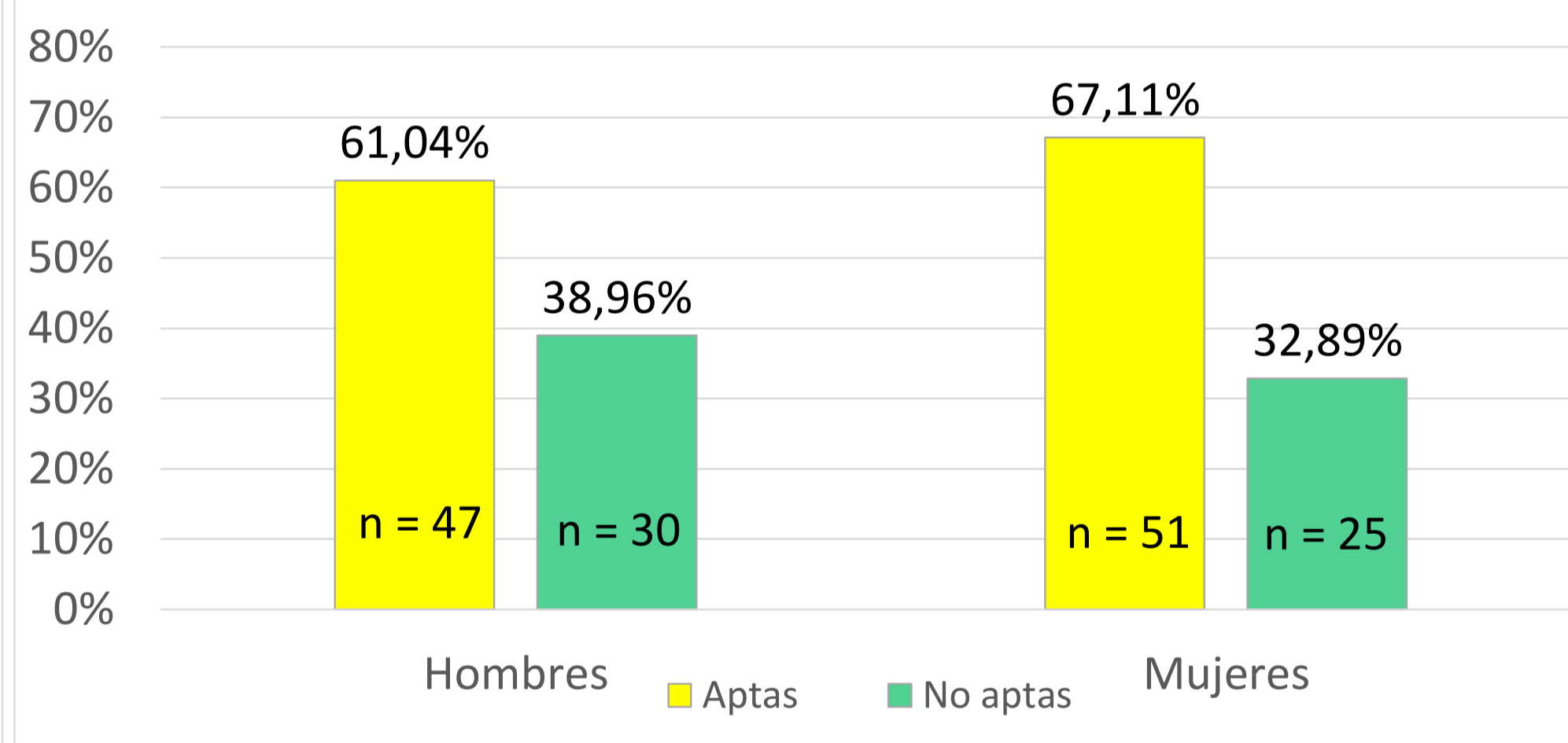
Dolor articular, mareos y alteraciones de equilibrio, y angina de pecho en reposo son los problemas de salud de mayor frecuencia en los senderistas.

Total de personas con y sin aptitud de salud previa para la práctica de senderismo.



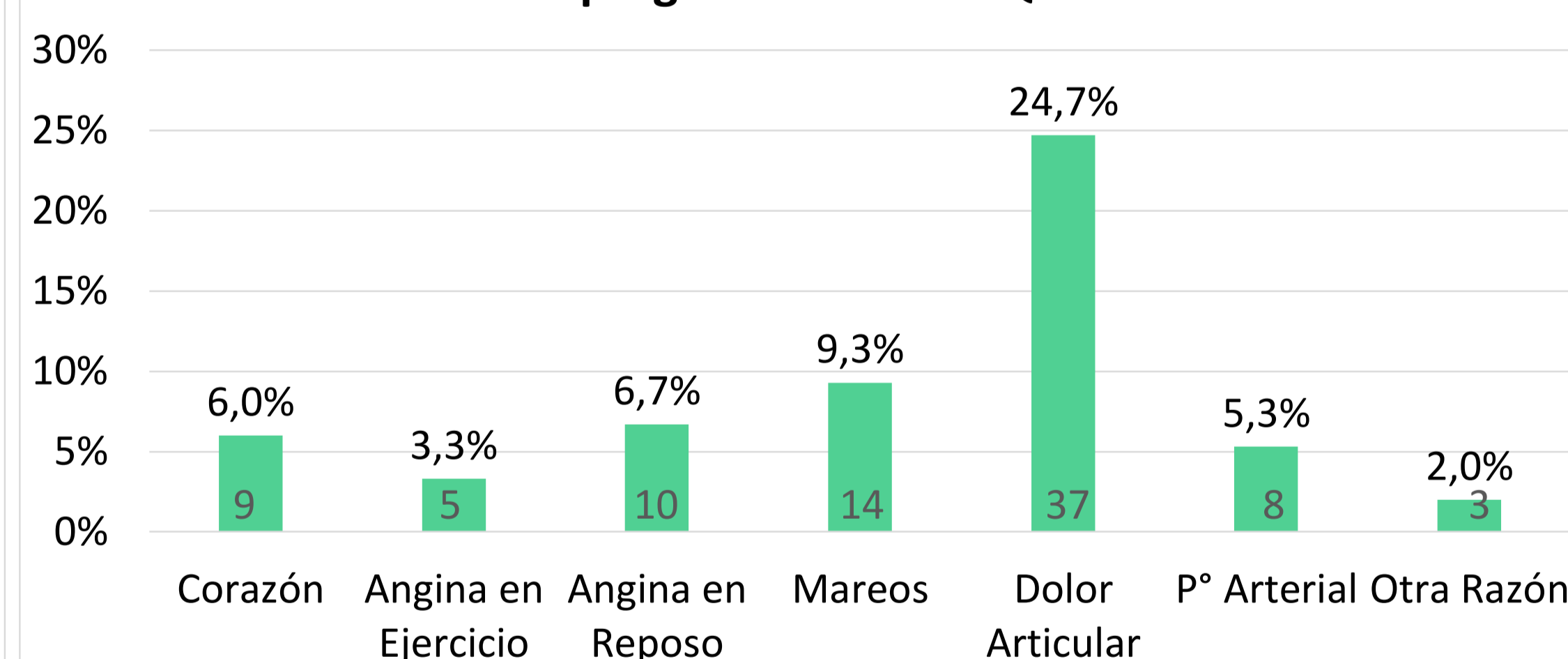
Fuente: elaboración propia.

Total de hombres y mujeres con y sin aptitud de salud previa para la práctica de senderismo.



Fuente: elaboración propia.

Cantidad de personas que responden alguna de las preguntas del PAR-Q



Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES



El 35,95% de los senderistas que respondieron el PAR-Q al ingreso del sendero Sierra Nevada del PN Conguillío declaran tener o percibir dolor articular, mareos o problemas de equilibrio y angina de pecho en reposo, condiciones de salud que sugieren consultar a un médico que autorice su participación en AF. Estas condiciones podrían afectar el estado de salud y condicionar la experiencia turística del visitante.

REFERENCIAS

1. Servicio Nacional de Turismo. Manual de diseño de experiencias turísticas; Primera ed. 2016.
2. Yeh H-P, Stone JA, Chrchill SM, Wheat JS, Brymer E, Davis K. Physical, psychological and emotional benefits of green physical activity; An ecological dynamics perspective. Sport Medicine. 2016;46(7):947-53.
3. Bowler DE, Buyung-Ali LM, Knight TM, Pulln AS. A systematic review of evidence for the added benefits to health of exposure to natural environments. BMC public health. 2010;10(1):456.
4. Ainslie P, Campbell IT, Frayn K, Humphreys S, Maclaren D, Reilly T. Physiological and metabolic responses to al hill walk. Journal of Applied Physiology. 2002;92(1):179-87.
5. Ainslie P, Campbell IT, Frayn K, Humphreys S, Maclaren D, Reilly T, et al. Energy balance, metabolism, hydration, and performance during strenuous hill walking: the effect of age. Journal of Applied Physiology. 2002;93(2):714-23.
6. Shephard, R. J. PAR-Q, Canadian Home Fitness Test and exercise screening alternatives. Sports Medicine. 1988;5(3):185-195.

AGROECOTURISMO COMUNITARIO COMO ESTRATEGIA PARA POTENCIAR ZONAS RURALES EN ESCENARIOS DE POSCONFLICTO

INTRODUCCIÓN: Esta propuesta consiste en visibilizar las experiencias de Agroecoturismo comunitario en los corregimientos de Villa Carmelo y La Leonera los cuales se localizan en la cordillera occidental al suroccidente de la ciudad de Cali. Cabe resaltar que el contexto donde se mueven los participantes es una zona rural en la cual prevalece grandes terrenos de bosque virgen y cuencas hídricas (Río Meléndez y Cañaveralejo).

AUTORES: NELSON FABIÁN PORRAS Y JOHN CARDONA
UNIVERSIDAD DEL VALLE
FUNDACIÓN TALENTOS VISIBLES
E-MAIL: tax0120@gmail.com

OBJETIVO GENERAL

Lograr a través de un proceso de seguimiento y sistematización, el fortalecimiento de prácticas en torno al agro-ecoturismo comunitario, dirigido a un escenario de posconflicto, a la vez que se construyen canales de comunicación entre experiencias.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Caracterizar el proceso histórico de conflicto y vulnerabilidad en las zonas rurales de la ciudad de Cali.
- Analizar estrategias comunitarias localizadas desde la experiencia del agroecoturismo comunitario
- Propiciar la difusión y la puesta en práctica de experiencias que sirvan como base para retomar zonas rurales afectadas por el conflicto armado o que quieran establecer condiciones dignas y mejorar su calidad de vida

METODOLOGÍA

Este trabajo tiene como fin reconocer las experiencias del agroecoturismo comunitario en las localidades de "Villa Carmelo" y "la Leonera" (corregimientos de la ciudad de Cali, Colombia). Desde una perspectiva interdisciplinar, partiendo del turismo como eje articulador que recoge las miradas de la Educación y la Historia Local, prestando atención a elementos: organizativos, educativos y participativos; reivindicando la identidad local a partir de lo comunitario y lo sustentable. La metodología a usar es la Sistematización de Experiencia.



HALLAZGOS

Se encontraron dentro de las experiencias dos grandes elementos: el medio físico-ecológico y el talento humano. Con lo anterior se halló lo siguiente: La organización comunitaria; La concepción de desarrollo desde un enfoque endógeno; La espiral como base filosófica de la experiencia (cosmovisiones indígenas del sur de Colombia); La experiencia de Agroecoturismo a favor de la conservación del bosque y las cuencas hídricas de los ríos Meléndez y Cali; Reconocimiento de prácticas ancestrales partiendo del diálogo de saberes como estrategia para el vínculo y tejido comunitario; Técnicas Culturales: -Siembra de barreras y cercos vivos -Manejo de aguas lluvias-residuales. -Reforestación con plantas nativas, huertas, viveros y bancos de semillas. -Cultivo mixto de microorganismos. -Adecuación de terrenos con pronunciadas pendientes para construcción de vivienda. -Establecimiento de senderos.

CONCLUSIONES

Hasta este punto, se ha logrado desarrollar una fase diagnóstica que ha posibilitado organizar con la comunidad las primeras sesiones de trabajo dando inicio a esta labor que es sistematizar. Se ha podido recoger información de las comunidades y el propósito es que cada uno de los actores intervenga como co-investigador en la construcción y potenciación de estrategias que fortalezcan prácticas educativas, de economía solidaria y turismo sostenible.

Bibliografía:

- Carvajal Arizaldo (2010). Teoría y Práctica de la Sistematización de Experiencias.
- Mejía Marco Raul (2008). La Sistematización Empodera y Produce Saber y conocimiento.
- Huertas Netty (2015). Turismo Rural Comunitario: Una Propuesta Metodológica de Innovación Social para Comunidades en Conflicto. Caso Montes de María.
- Max Neef, (1998). Desarrollo a escala humana: conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones.

Diagnóstico Territorial y Turístico de Villavieja y Desierto de la Tatacoa.



Departamento del Huila. Colombia.



Marta Nel-Lo Andreu¹, Jordi Andreu Bertran², Alba Font Barnet³

1 Universitat Rovira i Virgili, Departament de Geografia, Grup de Investigació Anàlisi territorial i Estudis Turístics (GRATET), Red COODTUR. martagemma.nello@urv.cat
 2 Universitat Rovira i Virgili, Departament de Geografia, Grup de Investigació Anàlisi territorial i Estudis Turístics (GRATET), Red COODTUR. jordi.andreu@urv.cat
 3 Universitat Rovira i Virgili, Departament de Geografia, Red COODTUR. alba.font@fundacio.urv.cat

RESUMEN: El objetivo de este estudio es la realización de un Diagnóstico Territorial y Turístico que permita definir las características de la ordenación territorial y de la actividad turística a partir de la aplicación de la metodología de trabajo diseñada y de la participación los diferentes agentes y actores públicos y privados implicados con el desarrollo territorial y turístico del municipio de Villavieja y especialmente del Desierto de la Tatacoa. El diagnóstico se elabora mediante la realización secuencial de tres fases de trabajo: 1.- Fase de diseño del diagnóstico. 2.- Fase de recolección de información de campo (encuesta). 3.- Fase de análisis, sistematización de resultados y presentación pública, que permiten la obtención de unos resultados y sus pertinentes conclusiones.

Palabras Clave: ordenación territorial; actividad turística; participación ciudadana; gobernanza; cooperación.

INTRODUCCIÓN: La realización de un diagnóstico de los elementos que constituyen el soporte territorial (características físicas y sus valores naturales, redes de transporte y su funcionalidad, modo de implantación territorial de los asentamientos y sus actividades económicas, entre otros) permite obtener una visión holística del territorio objeto de planificación, de sus fortalezas y puntos débiles, que ha de permitir plantear un escenario realista que detecte aquellas oportunidades que pueden surgir de la implantación de la actividad turística. A partir de aquí, es posible inferir los criterios más apropiados que habrán de guiar los futuros desarrollos y tendencias de este territorio caso de estudio.



OBJETIVO: Realizar un Diagnóstico Territorial y Turístico que permita definir las características de la ordenación territorial y de la actividad turística a partir de la aplicación de la metodología de trabajo diseñada y de la participación los diferentes agentes y actores públicos y privados implicados con el desarrollo territorial y turístico del área de estudio.

METODOLOGÍA: Se procedió, en primer lugar, a la realización de tres reuniones de trabajo con los diferentes grupos de agentes y actores públicos y privados (del sector turístico, del sector agropecuario y de las administraciones locales y regionales), con el objetivo de definir las directrices básicas de las que emergerían las líneas de trabajo y tipología de productos que se tendrían que abordar posteriormente. En segundo lugar, se organizó una reunión de trabajo para establecer las bases sobre las que se sustentaría el modelo organizativo del territorio analizado y que tendría que permitir el desarrollo de la actividad turística. Y finalmente, en tercer lugar, se realizó una presentación pública donde se expusieron las conclusiones finales del modelo organizativo territorial y turístico a implementar.

Fases del Diagnóstico Territorial y Turístico:

1ª.- Diseño del diagnóstico.

2ª.- Recolección de información de campo (encuesta)

3ª.- Análisis, sistematización de resultados y presentación pública.

Modelo de encuesta a cumplimentar por los agentes y actores públicos y privados de los 3 sectores:

A) Quiénes somos	B) Qué queremos	C) En qué condiciones	G) Otros comentarios
D) Qué estamos dispuestos a hacer	E) Qué necesitamos de los otros	F) Qué hace falta que hagamos	

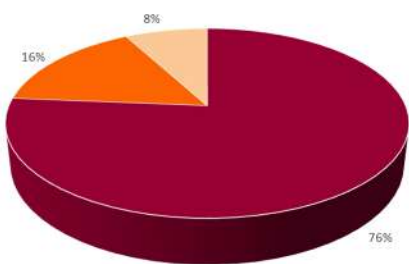


RESULTADOS: Relación de las principales conclusiones agrupadas en:

A) Conclusiones positivas (puntos fuertes)

B) Conclusiones negativas (puntos débiles)

Gráfico 1. Número y porcentaje de agentes y actores públicos y privados encuestados



■ AGENTES SECTOR TURÍSTICOS (29) ■ AGENTES SECTOR AGROPECUARIO (6) ■ AGENTES SECTOR ADMINISTRACIÓN (3)

Fuente: Elaboración propia, 2018.

A) Positivas:

- Tenemos la tierra, los recursos, la producción pero falta la organización territorial y de la actividad turística.
- Es importante una correcta implementación de la política de turismo municipal para preservar nuestro destino.
- Tener una política de turismo municipal que sea la carta de navegación para el desarrollo local del municipio que permita organizar y dar solución a las necesidades que se presenten, desde un fin común en que todos sean beneficiados.
- Crear un banco de proyectos para el territorio y la actividad turística.
- La necesidad que Villavieja sea un sitio donde el ecoturismo se relacionara con la actividad agropecuaria.

B) Negativas:

- Falta de apoyo con recursos económicos y logísticos.
- Falta capacitación en asociacionismo.
- Faltan más proyectos de colaboración para la mejora del municipio.
- Falta más unión y colaboración entre entidades gubernamentales, agentes y actores públicos y privados para implementar una óptima organización territorial y actividad turística.
- Falta más promoción del destino Villavieja-Desierto de la Tatacoa.

CONCLUSIONES: A continuación se exponen, como conclusiones, las principales líneas estratégicas a articular y posteriormente dar seguimiento por parte la mesa de trabajo constituida para tal efecto por los agentes y actores públicos y privados participantes en este estudio:

- A) PROBLEMAS ESTRUCTURALES (necesidades básicas a priorizar):** 1. Gestionar los usos del agua. 2. Gestionar los residuos y aguas negras. 3. Servicios públicos. 4. Seguridad alimentaria. 5. Accesibilidad viaria y su mantenimiento. 6. Proyecto y política agraria. Innovación. Diversificación.
- B) GOBERNANZA-ARTICULACIÓN:** 1. Coordinación departamental y municipal. 2. Establecer y mejorar las relaciones de gobernanza y de gestión con la municipalidad, departamento y comunidad en materia de conservación medioambiental y turismo. 3. Crear comités o mesas de trabajo. 4. Conocimiento de las acciones y políticas. 5. Creación de la corporación turística o consejo de turismo a nivel municipal. 6. Línea de subvención para apoyar el desarrollo del emprendimiento del sector turístico.
- C) PRODUCTOS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS:** 1. Definir un modelo de desarrollo. 2. Análisis de la demanda. 3. Articular Villavieja y el Desierto a nivel de destino turístico. 4. Identificar recursos para desarrollar nuevos productos turísticos (grandes potencialidades). 5. Estándares de calidad.
- D) CONCIENCIACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL:** 1. Vigilancia. 2. Transmitir el valor y la importancia del Desierto y Villavieja (especies, paleontología, historia, cultura, etc.).
- E) CAPACITACIÓN Y PROMOCIÓN:** 1. Coordinación promoción a nivel de destino. 2. Imagen Marca del destino (cohesión).

BIBLIOGRAFIA:

- Departamento Nacional de Planeación (2007). Agenda interna para la productividad y la competitividad. Documento regional Huila. Bogotá. Colombia.
- Alfredo Olaya A., Mario Sánchez R. y Arnol Tovar (2000). Directrices para zonificación, uso y manejo del desierto La Tatacoa. Revistas científicas. Entornos Vol. 1 Núm. 12. Editorial USCO.

ANEXO
LIBRO DE RESÚMENES

ÍNDICE

Presentación

Comité científico y Organización

MESA 1. TEORÍA E INVESTIGACIÓN EN TURISMO

- 1.1. Barómetro turístico: la satisfacción del turista en La Paz.
Plácido R. Cruz Chávez; Judith Juárez Mancilla; Gustavo R. Cruz Chávez;
Alberto F. Torres García
- 1.2. El papel del turismo en el crecimiento económico. Enfoque comparativo México-Chile.
Adilene S. Espinoza Castillo; Judith Juárez Mancilla; Alberto Francisco Torres García; Plácido Roberto Cruz Chávez
- 1.3. Estructura operativa de rescates y salvatajes en montaña, caso de estudio Región Metropolitana.
Alicia Fernández; Pablo Rebolledo
- 1.4. Una revisión de la literatura de los procesos de calidad en un establecimiento de hospedaje: adaptación y competitividad turística.
Emiliano López-Gutiérrez, Cesar Maldonado-Alcudia y Guadalupe Ortega-Ramírez
- 1.5. Los impactos socio culturales y económicos del turismo en territorios indígenas: los casos de Quinquén y San Pedro de Atacama.
Camila Bustos
- 1.6. Diseño de un sistema de alerta para el capital intelectual, de las Agencias de Viajes. Caso San Martín de los Andes.
Gabriela Marenzana, Lorena Lombardo y Cynthia Abraham
- 1.7. Construcción de una subjetividad mapuche emprendedora en contextos del turismo mapuche lafkenche del Lago Budi.
Katherine Meneses Jiménez
- 1.8. Turismo y pueblos indígenas: miradas desde la investigación antropológica.
Francisca de la Maza

MESA 2. TURISMO, DESARROLLO TERRITORIAL Y GOBERNANZA

- 2.1. Ordenamiento Territorial y Turismo: problemas y desafíos en zonas precordilleranas lacustres.
Marisela Pilquimán, Gustavo Cabrera y Patricio Tenorio
- 2.2. Turismo Cultural en Colombia, identidad y puesta en valor de su patrimonio para el mundo.
Claudia Patricia Rodríguez Zárate
- 2.3. Potencialidad Turística y Puesta en Valor de los Hallazgos Arqueológicos Incas en un Santuario de Alta Montaña en la Provincia de Salta - República Argentina
Carlos Francisco Sánchez
- 2.4. Propuesta de Estrategia de Gestión Local del Patrimonio mediante la articulación público-privada para el desarrollo territorial a través del turismo: El caso de Puerto Natales.
Maritza Vera Peña y Cristian Rodríguez Domínguez
- 2.5. La estructura político - administrativa y la gestión territorial, espacios en tensión: una aproximación a través del turismo en el Parque Nacional Puyehue
Claudio Enrique Rosales Urrutia
- 2.6. Diseño e implementación de un modelo para el fortalecimiento de la gestión turística municipal: La distinción de municipalidad turística
Humberto Rivas Ortega
- 2.7. Participación de la comunidad local en la gestión turística del Parque Nacional Cerro Castillo y su zona aledaña - Patagonia Aysén, Chile.
Camila Salas Ojeda, Guillermo Pacheco y Adriano Rovira
- 2.8. Incorporación de la oferta turística en las condiciones de localización de los Planes Regionales de Ordenamiento Territorial en Chile.
Fernando Peña-Cortés y Jimmy Pincheira-Ulbrich
- 2.9. Turismo, paisaje y gobernanza. Un nuevo modelo territorial en la comarca de El Priorat (Cataluña).
Sergi Saladié Gil y Alba Font Barnet
- 2.10. Desarrollo del turismo industrial en la localidad de Coya: escuela de orfebres del cobre. Comuna Machalí, Región O'Higgins, Chile.
Gabriela Ortiz Valenzuela

- 2.11. El papel de las tecnologías big data basadas en la movilidad para la detección y anticipación de escenarios de saturación turística y turismofobia en destinos
Juan Carlos Sánchez Figueroa
- 2.12. Turismo, tantos desafíos para tantas oportunidades, territorio y gobernanza de destinos.
Pedro Burgos Vásquez
- 2.13. Gestión en Turismo Sostenible desde la institucionalidad municipal como un eje para el Desarrollo Local. El caso de la Municipalidad de Natales, en la austral Región de Magallanes y de la Antártica Chilena
Maritza Vera
- 2.14. Turismo, ciudades inteligentes y gobernanza: una triada para el desarrollo local en La Costa Sierra Occidental de Jalisco y la Riviera Nayarit, México
Rodrigo Espinoza Sánchez, Bryan H. Massam, Antonio Romualdo Márquez González, Edmundo Andrade Romo
- 2.15. Patagonia termal, construcción del primer destino turístico inteligente en Chile.
Marcel Sorhaburu
- 2.16. Vigilancia tecnológica y tendencias globales del sector turismo. Un instrumento de prospectiva para la toma de decisiones de actores locales
Ronald Ariel Kielbs Yañez
- 2.17. “La ruta macondo” en el caribe colombo-venezolano. Efectos del desarrollo turístico- cultural en la salud y bienestar regional
Luis Rubén Pérez Pinzón y Claudia Patricia Serrano Ruíz

MESA 3. TURISMO Y SUSTENTABILIDAD EN ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS

- 3.1. Turismo comunitario y políticas públicas turísticas en Ecuador: un análisis de las comunidades de nacionalidad Waorani en el Parque Nacional Yasuni.
Angélica Calle Calderón, Marcela Costa Bifano de Oliveira y Marco Rodríguez Sandoval
- 3.2. El origen de las áreas protegidas y su relación con el turismo: un análisis comparativo entre Chile y Estados Unidos.
Alejandro Espinosa Sepúlveda, Alejandro Herrera Aguayo y Rodrigo Huaiquilao Huincaman

- 3.3. Private Conservation in Latin America - Impacts on local and regional development with focus on Chile.
Benedikt Hora
- 3.4. Evaluación del aporte de las áreas protegidas al turismo mediante la determinación del potencial turístico del paisaje. Estudio de caso en los Andes de la Región de La Araucanía, Chile.
Alejandro Espinosa Sepúlveda, Alan Garín Contreras, Pablo Martínez Riquelme y Sandra Fernández Alberti
- 3.5. El turismo de naturaleza, eficaz herramienta de desarrollo local en la Reserva de Biosfera Araucarias, Chile
Nemo Ortega
- 3.6. La belleza escénica como un servicio ecosistémico en un Área Silvestre Protegida. Caso de estudio: Parque Nacional Conguillío.
Sandra Fernández Alberti, Alejandro Espinosa Sepúlveda y Cristian Bornhardt
- 3.7. Buenas prácticas de sostenibilidad turística para la conservación de la Reserva Tahamíes ubicada en el municipio de Guarne Antioquia
Cindy Marcela Ossa Cardona
- 3.8. La experiencia de ocio en áreas silvestres protegidas: bienestar, contradicciones y vínculos con los lugares. Estudio de turistas y residentes de los parques nacionales Conguillío, Villarrica y Huerquehue
Andrés Ried Luci, Anne Le Bo, Stephanie Carmodo y Rodrigo Santos
- 3.9. El Ecoturismo como estrategia para el desarrollo Socioambiental en el marco de la región administrativa de planificación especial (rape) - Colombia
Martiza Real Anzola e Iván Fernando Amaya Cocunubo
- 3.10. El rol de las comunidades locales, oportunidades y retos del desarrollo sostenible: Un análisis del turismo de montaña en la comunidad la Candelaria, Provincia de Chimborazo, Ecuador
Christian Quishpe Fernández y María Belén Ortiz
- 3.11. Diagnóstico de la degradación de atractivos turísticos naturales y estrategias de mitigación para el Municipio de Tena en la Provincia del Tequendama
Martha Cecilia Aldana Ortiz

3.12. Alteración del paisaje en zonas de interés turístico vulnerables, sur de Chile
Gustavo Gastón Vergara Díaz

3.13. Impacto del turismo sustentable en el arrecife coralino más septentrional del pacífico oriental.
Oscar Arizpe y Judith Juárez

3.14. Viajeras y trabajadoras: reflexiones sobre la participación femenina en el turismo en áreas protegidas en Colombia
Johana Ariza Marín

MESA 4. INNOVACIÓN, COMPETITIVIDAD Y ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

4.1. La comunicación estratégica y el capital intelectual en la empresa hotelera.
Jesús Manuel Cázares López; Ana María Larrañaga Núñez

4.2. Diagnóstico de los recursos intangibles del capital intelectual de un destino turístico desde la perspectiva de la innovación.
Caso: San Martín de los Andes, Patagonia argentina
Fabiana Quadrini; Cynthia Abraham; Patricia Hernández

4.3. El modelo de medición de capital intelectual hotelero (ther) en el sector alojamiento de la ciudad de san martín de los andes- patagonia-argentina.
Lorena lombardo, Cristian Falquemberg, Gabriela Marenzana, María Alejandra Gazzera Y Cynthia Abraham

4.4. Competitividad de las empresas turísticas receptoras en Ceará-Brasil
Myrtis Arrais de Souza

4.5. Competitividad de los destinos turísticos en el territorio digital
Marcelo Mancini, Claudia Toros Scorians, Carlos Espinosa y Martín Herrero

4.6. La cultura como fuente de innovación de los productos turísticos
Javier Lefiman

4.7. Turismo de reuniones: una estrategia de innovación para la diversificación de la oferta de productos turísticos en Los Cabos B.C.S-México
Angélica Montaña Armendáriz; Juan Carlos Pérez Concha; Reyna Yanell Rivera Rodríguez

- 4.8. Análisis comparativo de las plataformas de alojamiento Airbnb, Booking y Expedia en Cuenca (Ecuador)
Silvana Astudillo, Ana Serrano, Vanessa Riera y Wilson Sánchez
- 4.9. Riqueza arqueológica del Estado de Nayarit, México: ¿un legado por aprovechar como turismo alternativo?
Antonio Romualdo Márquez González, Héctor Ramón Ramírez Partida y Rodrigo Espinoza Sánchez
- 4.10. Ciclopista solar Durán-Santay-Guayaquil CPS-DSG, como propuesta de turismo sostenible inteligente, para el área de influencia de la Isla Santa
Gorki Dimitrov Aguirre Torres y Carlos Cabrera Noboa
- 4.11. Dinamización del Sistema de innovación del valle del Huyo-Cusco como destino ecoturístico: una discusión conceptual
Bernardo Alayza, Miguel Hadzich, Úrsula Harman y Víctor Ramos
- 4.12. Turismo gastronómico indígena. Una innovación necesaria.
Claudio Briceño Olivera; Julio Cesar Tereucán Angul
- 4.13. Turismo de intereses especiales: Potencialidades de desarrollo económico productivo para los sectores de Llanquen y Ranquil en la comuna de Lonquimay, Región de La Araucanía, Chile.
Gustavo Aravena
- 4.14. Propuesta de una Ruta Turística Paisajista, para la Zona Norte Norte, en Guanacaste, Costa Rica
Alex Dávila Romero, Guisselle Alvarado Martínez y Yessenia Maritza López García

MESA 5. TURISMO EN ESPACIOS URBANOS Y RURALES

- 5.1. Turismo comunitario como estrategia de reactivación económica en la comunidad de San Antonio, Baja California Sur.
Alberto Francisco Torres García, Javier Alberto Arce Meza y Gustavo Rodolfo Cruz Chávez
- 5.2. Turismo rural comunitario como dinamizador económico en Rio Seco de Santa Cruz, Guanacaste
Evelyn Yazmín Gómez Pérez
- 5.3. Relaciones turismo de memoria, el caso de Nicolas Neira
Giovanny Araque Suárez

- 5.4. MARICHEWEW: Al rescate del patrimonio histórico y turístico en la ciudad de Purén. Región de la Araucanía Chile
José Marcelo Bravo Sánchez, Bruno Perelli Soto, Ruddy Zúñiga Oetiker y Anastasia Campan Gnecco
- 5.5. El turismo y desarrollo local: principales retos y oportunidades para el rescate del patrimonio cultural en Santa Cruz, Guanacaste, Costa Rica
José Barrantes y Joseph García
- 5.6. Desarrollo de pequeños destinos turísticos a través de su patrimonio. Caso de estudio: turismo rural gastronómico en Tomas Jofre, Provincia de Buenos Aires, Argentina
María del Rosario Conde y Daniela Thiel Ellul
- 5.7. Modelo de intervención integral para el mejoramiento competitivo de emprendimientos de turismo rural: caso Hualaihue - Cochamo
Marcel Sorhaburu y María Rebolledo
- 5.8. Impactos del turismo rural bajo la perspectiva del desarrollo local
Ana María Morales Hernández y Carlos Fernández Hernández
- 5.9. Santa Fe de Antioquia (Colombia), ¿destino de posturistas o de turistas de masas? Análisis sobre las implicaciones territoriales de sus servicios y productos turísticos
Elikin Muñoz
- 5.10. ¿Integración social y territorial en ciudades fluviales, marinas y lacustres? Efectos espaciales en las viviendas subsidiadas litorales (2000-2018)
Rodrigo Hidalgo, Laura Rodríguez, Federico Arena y Voltaire Alvarado
- 5.11. Oportunidades, desafíos y amenazas para el turismo rural en Araucanía Andina desde la mirada de los emprendedores: área de estudio, Melipeuco, Región de La Araucanía, Chile
Alan Garín Contreras, Pablo Martínez Riquelme, Alejandro Espinosa Sepúlveda y Sandra Fernández Alberti
- 5.12. Espacios Protegidos y Paisajes en Costa Rica: Relaciones con la actividad turística
Carlos Morera Beita
- 5.13. Una aproximación a la tipología del paisaje del Norte Neuquino,

Patagonia, Argentina

Mónica Beatríz Gelós, Mariela Carolina Marzari y Walter Javier Gatica

5.14. Territorio e identidad del paisaje cultural muisca en la Provincia de Sugamuxi: un escenario patrimonial del legado ancestral del Departamento de Boyacá - Colombia

Francy Rojas y Clemente Alvarado

5.15. Marketing urbano, ciudades creativas y turismo. Análisis turístico de las transformaciones urbanas en la ciudad de Santa Fe, provincia de Santa Fe, Argentina, desde el año 2004 hasta el 2017.

Melisa Paolo Pico

MESA 6. FORMACIÓN DE CAPITAL HUMANO EN TURISMO

6.1. Red Iberoamericana de Investigadores en Educación Superior en Turismo (COODESTUR)

Marta Nel-lo Andreu y Alba Font Barnet

6.2. Currículo Trascendente y disruptivo al compás de los cambios y tenencias del turismo. Humanismo vs inteligencia artificial

José Gregorio Angulo Rodríguez

6.3. La satisfacción laboral en el sector hotelero. Un análisis de su importancia en los establecimientos hoteleros de Ecuador

Ana Lucia Serrano López

6.4. Formación de capital humano para el desarrollo del aviturismo en la zona del Catatumbo

Marilce Pacheco Carrascal y Carmen Liceth García Quintero

6.5. Análisis descriptivo sobre la formación del capital humano en turismo y hotelería en la región de Valparaíso y su relación con los ejes estratégicos para el desarrollo del sector

Sandrino Llano Ramos

6.6. Identificación de las brechas de capital humano del sector turismo en la Araucanía

Marie Lagrillere Gautier

6.7. Articulación en la formación profesional turística, acorde a las exigencias de las nuevas tendencias globales del mercado de Guanacaste, Costa Rica

Alex Dávila Romero, Damaris Caravaca Mendoza y Guisselle Alvarado Martínez

- 6.8. Caracterización sectorial de la educación superior en turismo de Colombia. Riesgos que limitan el emprendimiento y la competitividad

Luis Rubén Pérez Pinzón y Claudia Patricia Serrano Ruiz.

MESA COORDINADA 1. ANTROPOLOGÍA APLICADA: ETNOGRAFÍA Y RESILIENCIA EN CIUDADES TURÍSTICAS EN EL CARIBE MEXICANO

Bonnie Lucía Campos Cámara (coord.); Ligia Aurora Sierra Sosa; Julio Teddy García Miranda y Xochitl Ballesteros Pérez

MESA COORDINADA 2. GEOTURISMO, CONSERVACIÓN Y PATRIMONIO

Patricia Herrera (coord.); Manuel Schilling ; Rodrigo Pérez Garay; Emil Stefani Signorio; Vladimir Vicencio; Claudia Montero; Rodrigo Pérez; Michelle Covarrubias; Fernanda Pardo; Sergio Vivanco; Camilo Acuña; Nicolás Aravena; Diego de la Fuente; Catalina Delgado

MESA COORDINADA 3. EL TURISMO EN LA CONSTRUCCIÓN DEL TERRITORIO, EL ESTADO Y LA NACIÓN EN CHILE

Pablo Martínez Riquelme (coord.), Jaime Flores Cávez; Rodrigo Figueroa Sterquel

Presentación

La Red Internacional de Investigadores en Turismo, Cooperación y Desarrollo (COODTUR), en conjunto con el Centro de Investigaciones Territoriales de la Universidad de La Frontera, Región de La Araucanía (Chile), organizan el IV Congreso de COODTUR, que tendrá lugar en la ciudad de Temuco - Chile, entre el 01 y 04 de octubre del 2019, cuyo tema central será: “Turismo, desarrollo territorial, innovación y gobernanza: ¿hacia dónde vamos?”

Las aportaciones se categorizan en los siguientes ejes temáticos o mesas:

1. Teoría e investigación en turismo
2. Turismo, desarrollo territorial y gobernanza
3. Turismo y sustentabilidad en áreas protegidas
4. Innovación, competitividad y estrategias para el desarrollo de productos turísticos
5. Turismo en espacios urbanos y rurales.
6. Formación de capital humano en turismo
7. Antropología aplicada: etnografía y resiliencia en ciudades turísticas en el caribe mexicano (*mesa coordinada*)
8. Geoturismo, conservación y patrimonio (*mesa coordinada*)
9. El turismo en la construcción del territorio, el estado y la nación en Chile (*mesa coordinada*)

Comité científico

Sr. Rodolfo Bertonecello, Universidad Nacional de Buenos Aires, Argentina.
Sra. Daniela F. Thiel, Universidad Nacional de San Martín, Argentina.
Sr. Alexandre Panosso Netto, Universidad de Sao Paulo, Brasil.
Sr. Luís R. Pérez, Universidad de Bucaramanga, Colombia.
Sr. Carlos Morera, Universidad Nacional de Costa Rica, Costa Rica.
Sra. Marisela Pilquimán, Universidad de Los Lagos, Chile.
Sr. Rodrigo Figueroa, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.
Sr. Claudio Briceño, Universidad de La Frontera, Chile.
Sra. Marta Nel-lo, Universitat Rovira i Virgili, España.
Sr. Macià Blàzquez, Universitat de les Illes Balears, España.
Sra. Soledad Morales, Universitat Oberta de Catalunya, España.
Sr. Ignacio Sariego, Escuela de Turismo Altamira, Universidad de Cantabria, España.
Sr. Francisco Cebrián, Universidad de Castilla-La Mancha, España.
Sra. Judith Suárez, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México.
Sr. Alberto Torres, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México.
Sra. Elisa Guillén, REMTUR, México.
Sra. Bonnie L. Campos, Universidad de Quintana Roo, México.
Sra. Ligia Aurora, Universidad de Quintana Roo y RUAA, México.
Sra. Elisa Guillen, REMTUR, México.
Sra. Marianela Camacho, Universidad del Zulia, Venezuela.

Comité organizador

Dr. (c) Pablo Martínez Riquelme, Universidad de la Frontera, Chile
Dr. Julio Tereucán Angulo, Universidad de la Frontera, Chile
Dr. Alan Garín Conteras, Universidad de la Frontera, Chile
Mg. Néstor Contreras, Universidad de la Frontera, Chile
Mg. Marcelo Ramírez Suárez, Universidad de la Frontera, Chile
Dra. Marta Nel-lo Andreu, Universidad Rovira i Virgili, España - COODTUR
Mg. Alba Font Barnet, Universidad Rovira i Virgili, España - COODTUR

1

TEORÍA E INVESTIGACIÓN EN TURISMO

BARÓMETRO TURÍSTICO: LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LA PAZ

Dr. Plácido Roberto Cruz Chávez¹
Dra. Judith Juárez Mancilla²
Dr. Gustavo Rodolfo Cruz Chávez³
Dr. Alberto Francisco Torres García⁴

Resumen

El monitoreo constante de indicadores de satisfacción para cualquier entidad o lugar es imprescindible si se quiere mejorar en calidad. En el sector turístico de México la práctica de la evaluación de la satisfacción del turista tiene ya algunos años implementándose. En Baja California Sur, la Universidad Autónoma de Baja California Sur, es quien coordina dichas evaluaciones desde el año 2009. La información obtenida se ha compartido con la Secretaría de Turismo Estatal y ellos a su vez a nivel Federal. Esto ha ayudado a la competitividad, a tomar decisiones y a implementar política pública. Además se ha compartido la información a nivel de organismos empresariales, por ejemplo con el Comité de Cruceros de Los Cabos, Comité de Pueblos Mágicos de Loreto y con la Asociación de empresas hoteleras y turísticas de La Paz. Por ello, el objetivo del trabajo fue evaluar el destino turístico de La Paz, a través de un barómetro el cual muestra la satisfacción del visitante y su caracterización a través de los años 2012, 2014 y 2018. La cual permitirá identificar los retos y aciertos del sector turístico. La metodología usada fue la propuesta por CESTUR en 2009, y que consiste en aplicar encuestas cara a cara a los turistas en puntos de afluencia basado en un instrumento.

Palabras clave: Satisfacción, turista, política pública, evaluación y competitividad.

¹ Departamento Académico de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. pcruz@uabcs.mx

² Departamento Académico de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. judithjuarezm@gmail.com

³ Departamento Académico de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. gcruz@uabcs.mx

⁴ Departamento Académico de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. atorresg@uabcs.mx

EL PAPEL DEL TURISMO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO. ENFOQUE COMPARATIVO MÉXICO-CHILE

Lic. Adilene Sarahí Espinoza Castillo ⁵

Dra. Judith Juárez Mancilla

Dr. Alberto Francisco Torres García

Dr. Plácido Roberto Cruz Chávez

Resumen

El análisis del turismo, como fenómeno económico, no es un tema nuevo; diversos autores han expuesto los impactos de la actividad turística en el crecimiento económico y el desarrollo. Particularmente, en los últimos años ha cobrado importancia un enfoque que percibe al turismo como una alternativa para atenuar la pobreza. El objetivo del presente trabajo es realizar un estudio comparativo entre Chile y México desde la óptica turística, en el periodo 2006-2018, a través de una revisión documental y aproximación cuantitativa que permita identificar el papel del turismo en el crecimiento económico, buscando establecer conclusiones respecto a sus efectos sobre el desarrollo económico.

Palabras clave: Turismo, crecimiento económico, México, Chile.

⁵ Universidad Autónoma de Baja California Sur Adilene S. Espinoza Castillo asarahesp@gmail.com

ESTRUCTURA OPERATIVA DE RESCATES Y SALVATAJES EN MONTAÑA, CASO DE ESTUDIO REGIÓN METROPOLITANA, CHILE

Lic. Alicia Fernández Briones
Mg. Pablo Rebolledo Dujisin⁶

Resumen

En los espacios de montaña cercanos a centros urbanos, se realizan actividades recreativas: senderismo, excursionismo y montañismo, en la mayoría de las ocasiones, sin la compañía de un guía especializado, exponiendo a visitantes y deportistas a riesgos difíciles de controlar, que van desde accidentes a la muerte, generando costos para el Estado y para los administradores de espacios naturales.

Actualmente en Chile no se tiene claridad respecto de protocolos o procedimientos de seguridad asociados a las actividades recreativas en montaña, por lo que la experiencia de los visitantes se vuelve totalmente vulnerable e impredecible. Comúnmente, diversos organismos se encargan de prestar ayuda en caso de emergencias bajo sus propios sistemas de organización y con escasa coordinación.

El presente estudio recabó información dispersa para realizar un diagnóstico respecto a los procedimientos de los organismos de rescate de la región Metropolitana en Chile.

Se propone analizar y diagnosticar, a nivel exploratorio, el sistema actual de los rescates en montaña de la Región, caracterizando tanto a los espacios montañosos con mayor accidentabilidad como a los organismos que participan en los rescates, así como sus protocolos y procedimientos de emergencia.

Palabras Clave: Rescate, Salvataje, Accidentes en Montaña

⁶ Universidad Andres Bello, Carrera de Administración en Ecoturismo, Sede Viña del Mar.
pablo.rebolledo@unab.cl
afernandezbriones@uandresbello.edu

UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA DE LOS PROCESOS DE CALIDAD EN UN ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE: ADAPTACIÓN Y COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

M. C. Emiliano López- Gutiérrez⁷
Dr. Cesar Maldonado Alcudia⁸
Dra. Guadalupe Ortega Ramírez⁹

Resumen

El artículo "*Una revisión de la literatura de los procesos de calidad en un establecimiento de hospedaje: adaptación y competitividad turística*" tiene como objetivo proporcionar un diagnóstico respecto al uso de los sistemas de gestión de calidad y el uso de las tecnologías, para adoptar una postura competitiva para los establecimientos de hospedaje, que finalmente incremente la satisfacción del cliente y la productividad interna de la empresa, mediante procesos y procedimientos de mejora continua. El estudio parte de las ciencias sociales, con característica exploratoria, descriptiva y transversal. El método es cualitativo. El diagnóstico se realizó a partir de una revisión de literatura que constó de 100 textos enfocados a las variables de los procesos de calidad y competitividad. El estudio consiste en analizar la influencia que tiene la calidad enfocada a procesos para mejorar la productividad y rentabilidad de los establecimientos de hospedaje, así mismo, generar conocimiento de las metodologías que se implementan a la fecha, como sistemas de gestión de calidad y estrategias competitivas.

Les permite garantizar la prestación de productos y servicios capaces de rebasar las expectativas de sus huéspedes.

Palabras clave: adaptación, calidad, competitividad, hotelería

⁷ Posgrado Doctorado en Gestión del Turismo, Universidad Autónoma de Occidente México: elgmilo@hotmail.com

⁸ Posgrado Doctorado en Gestión del Turismo, Universidad Autónoma de Occidente México

⁹ Posgrado Maestría Gestión Sustentable del Turismo, Universidad Autónoma de Guerrero México

DISEÑO DE UN SISTEMA DE ALERTA, PARA EL CAPITAL INTELLECTUAL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES. CASO SAN MARTÍN DE LOS ANDES

Mg Gabriela Marenzana ¹⁰
Mg. Lorenna Lombardo ¹¹

Resumen

El presente estudio posee como objetivo principal, indagar sobre los niveles de inclusión de acciones asociadas a la gestión del capital intelectual, en políticas definidas por las agencias de viajes de la ciudad de San Martín de los Andes. El estudio de dichas empresas turísticas, permitió diseñar un sistema de alerta, a partir de los indicadores de su capital intelectual, permitiendo identificar por empresa y en este caso en el sector de agencias de viajes, las variables que se encuentran bien gestionadas, las que ameritan atención, y aquellas intermedias, pero no por eso son menos importantes. Esto derivó en la generación de información estratégica del sector privado, en ese tipo de pymes turísticas, que sirven como in put para la toma de decisiones y posteriores acciones, relacionadas con el capital intelectual, tanto a nivel empresa como a nivel destino.

Palabras clave: Capital intelectual; agencias de viajes; innovación; destino turístico

¹⁰ Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Argentina. gmarenzana@yahoo.com.ar

¹¹ Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Argentina. lorenalombardonqn@gmail.com

LOS IMPACTOS SOCIO CULTURALES Y ECONÓMICOS DEL TURISMO EN TERRITORIOS INDÍGENAS: LOS CASOS DE QUINQUÉN Y SAN PEDRO DE ATACAMA.

Dra. Camila Bustos¹²

Resumen

El presente trabajo es parte de una investigación aplicada que se desarrolla en el marco del proyecto PAI-CONICYT 7818120008 para el diseño y aplicación piloto de una metodología que permita medir los impactos socioculturales generados por el desarrollo turístico en dos territorios indígenas (San Pedro de Atacama y Quinquén).

El turismo indígena ha tenido un crecimiento significativo desde comienzo de los años noventa en Chile y con mayor énfasis desde el 2010. Sin embargo, no existe suficiente información respecto de sus dinámicas; cómo ha impactado este desarrollo a las comunidades locales, qué mejoras ha supuesto para su calidad de vida, cómo han cambiado las relaciones sociales dentro de las comunidades, o cuáles son las brechas específicas para poder generar una oferta de turismo indígena de mejor calidad. Tampoco se manejan indicadores reales de los potenciales impactos negativos que puede estar generando y en consecuencia no existen instrumentos efectivos para reducir las brechas.

En términos teóricos, esta investigación tiene como marco de referencia la antropología del turismo, desde la cual se abordan los cambios socioculturales generados por el turismo y sus implicancias en el entorno físico y en la economía local. En cuanto a la metodología, se trata de una investigación aplicada de carácter cualitativo que busca la generación de conocimiento con una aplicación directa a un problema o necesidad de un sector productivo, como lo es en este caso el turismo.

¹² Fundación Travolution. Universidad San Sebastián cbustos@bsg.cl

CONSTRUCCIÓN DE UNA SUBJETIVIDAD MAPUCHE EMPREDEDORA EN CONTEXTOS DEL TURISMO MAPUCHE LAFKENCHE DEL LAGO BUDI

Katherine Meneses Jiménez¹³

Resumen

El neoliberalismo traducido en términos de política estatal indígena fomenta nuevas formas de desarrollo económico para los pueblos indígenas, por medio del turismo que busca poner en valor la cultura y el patrimonio indígena, tal es el caso del turismo mapuche. La presente investigación busca dar cuenta de los discursos de actores estatales que promueven la construcción de un sujeto mapuche emprendedor, construido por medio de instancias formativas como capacitaciones, talleres, seminarios, entre otras, que por medio de la creación de un relato turístico van generando un vínculo de conexión de las comunidades con el sistema neoliberal y a la vez la rememoración de un pasado ancestral que desemboca en procesos de revalorización cultural. Se evidencia, tras un estudio etnográfico, como los mapuche lafkenche del Lago Budi participantes de instancias formativas mantienen relaciones diferenciadas, como aquellas entre capacitadores mapuche, respecto de los que no lo son, relaciones clientelares y vinculación estratégica entre emprendedores. Y como el patrocinio estatal para los diversos emprendimientos turísticos reproduce el círculo de asistencialismo, generando conflictos por la adjudicación de fondos, al tiempo que construye líderes emprendedores del turismo mapuche.

Finalmente la construcción de una subjetividad mapuche emprendedora se relaciona directamente con lógicas estatales y procesos de reivindicación indígena.

Palabras clave: Turismo mapuche, emprendedor mapuche, políticas de desarrollo indígena, relato turístico.

¹³ Antropóloga. Asistente de Investigación Línea Políticas Públicas en Centro de Estudios Interculturales e Indígenas (CIIR), Pontificia Universidad Católica de Chile ksmeneses@uc.cl

TURISMO Y PUEBLOS INDÍGENAS: MIRADAS DESDE LA INVESTIGACIÓN ANTROPOLÓGICA

Francisca de la Maza¹⁴

Resumen

La ponencia analiza los aportes desde la antropología al estudio del turismo. Se toman como referencia investigaciones realizadas en contextos latinoamericanos, pero también de otros lugares como del mundo que han sido foco de estudios desde la llamada antropología del turismo. A partir de esto, se discute los aportes a la antropología chilena al estudio del turismo, en particular, en contextos indígenas.

En la antropología chilena, la investigación en turismo es relativamente reciente, a pesar de la relevancia que tiene en las dinámicas sociales y culturales actuales. Se propone un enfoque político para abordar el turismo en contextos indígenas, considerándolo una oportunidad para enriquecer las miradas más tradicionales de la antropología relativa a los pueblos indígenas. Esto se sustenta en investigaciones realizadas desde el año 2012 en territorio mapuche asociado a la etnografía del estado, que posteriormente derivó en estudios con una visión más territorial de transformaciones de los territorios indígenas considerando como claves las dinámicas del turismo nacionales y locales y la acción de diversos actores. Esta visión se complementa tomando como referencia diversos estudios de caso en el país, desde una mirada comparativa y política.

Palabras claves: turismo, pueblos indígenas, antropología

¹⁴ Subdirectora del Centro de Estudios Interculturales e Indígenas-CIIR. Pontificia Universidad Católica de Chile
fcadelamaza@uc.cl

2

**TURISMO, DESARROLLO TERRITORIAL Y
GOBERNANZA**

ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y TURISMO: PROBLEMAS Y DESAFÍOS EN ZONAS PRECORDILLERANAS LACUSTRES

Dra. Marisela Pilquimán Vera¹⁵
Ldo. Gustavo Cabrera Campos¹⁶
Ldo. Patricio Tenorio Panguí¹⁷

Resumen

Las zonas lacustres precordilleranas de la comuna de Panguipulli se caracterizan por su alto valor para el turismo unido a la presencia de un grupo importante de población mapuche. En un estudio de caso se analiza cómo operan los instrumentos de ordenamiento y planificación territorial y los procesos de transformación asociados a ellos, así como las principales debilidades que enfrentan, abordados principalmente desde la perspectiva del sector turístico.

Palabras claves: Ordenamiento Territorial – turismo – mapuche – conflicto.

¹⁵ Centro de Estudios del Desarrollo Regional y Políticas Públicas, CEDER, Universidad de Los Lagos, Chile: marisela.pilquiman@ulagos.cl

¹⁶ Centro de Estudios del Desarrollo Regional y Políticas Públicas, CEDER, Universidad de Los Lagos, Chile: gustavo.cabrera.campos@hotmail.com

¹⁷ Centro de Estudios Transdisciplinarios de Estudios Ambientales y Desarrollo Humano Sostenible, CEAM, Universidad Austral de Chile. patricio.tenoriop@gmail.com

TURISMO CULTURAL EN COLOMBIA, IDENTIDAD Y PUESTA EN VALOR DE SU PATRIMONIO PARA EL MUNDO

Claudia Patricia Rodríguez Zárate¹⁸

Por motivo del **IV Congreso Internacional de la Red de Investigadores en Turismo, Cooperación y Desarrollo (COODTUR)**, Turismo, desarrollo territorial, innovación y gobernanza, ¿hacia dónde vamos? a celebrar en la Universidad de La Frontera (Chile) del 1 al 4 de octubre de 2019, el objetivo de la comunicación es reflexionar sobre el rol del Turismo Cultural como un factor determinante para el desarrollo de las comunidades en Colombia. A través de un enfoque de investigación aplicada de tipo cualitativo se busca responder a la pregunta ¿qué características hacen del turismo cultural un promotor del diálogo intercultural y del desarrollo en Colombia?

Se relacionarán casos y experiencias en Colombia en los que el turismo cultural aporta al desarrollo de las comunidades al identificar elementos simbólicos y culturales identitarios. Colombia presenta cerca de 2.134 recursos culturales entre monumentos, conjuntos históricos, tradiciones, folclor, expresiones musicales, cocinas tradicionales, artesanías, yacimientos arqueológicos, mitos y leyendas, rutas históricas, personajes, festivales y ferias, en suma, parte de los casos que se pueden tratar. Como referencias bibliográficas se mencionarán referentes teóricos y textos de la Unesco y UNTWO principalmente.

Palabras clave: Patrimonio; Turismo Cultural; Desarrollo.

¹⁸ Centro de Investigaciones, Grupo de Política y Sostenibilidad, Universidad EAN, Colombia, crodrigue9.d@universidadean.edu.co

POTENCIALIDAD TURÍSTICA Y PUESTA EN VALOR DE LOS HALLAZGOS ARQUEOLÓGICOS INCAS EN UN SANTUARIO DE ALTA MONTAÑA EN LA PROVINCIA DE SALTA – REPÚBLICA ARGENTINA

Lic. Carlos Francisco Sánchez¹⁹

Resumen

El turismo cultural sigue planeando retos a afrontar. Algunos de ellos son: la puesta en valor de los recursos, analizar la posibilidad de considerar al patrimonio como parte del producto turístico, y verificar si los recursos culturales son susceptibles de promoción y comercialización.

La Provincia de Salta posee importantes recursos culturales, que la han convertido en uno de los destinos preferido tanto por el turismo nacional como internacional.-

En marzo de 1999, se realizaron investigaciones arqueológicas en el Volcán Llullaillaco y durante las excavaciones en la cumbre, se hallaron tres cuerpos congelados, pertenecientes a víctimas de sacrificios humanos de los incas.-

Se construyó el Museo de Antropología y Arqueología de Alta Montaña que entre su patrimonio más valioso albergará los tres niños Incas, que desde 1999, han pasado a enriquecer no solo el patrimonio cultural de nuestra provincia, sino también de la República Argentina y de toda la humanidad.-

Así, pues este trabajo, tiene como objetivo principal investigar y analizar los Hallazgos del Llullaillaco desde una perspectiva turística a fin determinar su potencial atractivo, para plantear estrategias para posicionar los mismos en el mercado turístico nacional e internacional, a partir de su puesta en valor. En este sentido nos centraremos, en el estudio de la oferta turística arqueológica provincial de temática incaica (esto es, identificar los recursos que la integran, y cuál es el manejo turístico que se les da) de igual manera se estudiará cuál es la demanda turística que posee el Patrimonio Arqueológico, para así estimar la demanda potencial de los Hallazgos del Llullaillaco y el empoderamiento de la comunidad en relación a los hallazgos.

Palabras Claves: Patrimonio, Arqueología, Turismo Cultural. Empoderamiento

¹⁹ Lic. Carlos Francisco Sánchez, Universidad Católica de Salta, R.A., cfsanchez@ucasal.edu.ar

PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE GESTIÓN LOCAL DEL PATRIMONIO MEDIANTE LA ARTICULACIÓN PÚBLICO- PRIVADA PARA EL DESARROLLO TERRITORIAL A TRAVÉS DEL TURISMO: EL CASO DE PUERTO NATALES.

Maritza Vera Peña y Cristian Rodríguez Domínguez²⁰

Resumen

Hoy en día ha cobrado mayor relevancia el valor de territorio y su potencial para precisar y consensuar diferentes líneas de trabajo que surgen a partir de formas antrópicas superpuestas al paisaje natural, destacando el rol que juega el hombre en la modificación de su entorno, manifestaciones interdependientes y conectadas que son relevantes para generar un proceso permanente de planificación multidisciplinaria.

A partir de ello se busca proponer un modelo de gestión desde el Gobierno Local que releve el patrimonio, como parte esencial del desarrollo turístico sostenible e inclusivo, a través de objetivos de rescate patrimonial plasmado en una estrategia que es transversal a sus distintas unidades, incorporando aspectos identitarios como pesca artesanal, pueblos originarios, vida rural, culturas colonas (europea, chilota), vínculo histórico con Río Turbio Argentina (Comuna fronteriza); entre otros, complementado con la gastronomía y arquitectura.

De este modo, un eje esencial lo constituye la Gobernanza público-privada, que se expresa en el Convenio de colaboración de la Municipalidad de Puerto Natales y el Instituto de Estudios del Habitat con el fin implementar este proceso de articulación para definir una estrategia comunal para el rescate patrimonial como parte del Plan de Desarrollo Turístico.

Palabras clave: turismo, gobernanza, territorio.

²⁰ Maritza Vera Peña, Asistente Social y Magister en Gestión Pública Municipal, Directora de Desarrollo Local Municipalidad de Puerto Natales

Cristian Rodríguez Domínguez, Arquitecto y Magister en Historia ©. Encargado de Patrimonio Instituto de Estudios del Habitat de la Universidad Autónoma de Chile.

LA ESTRUCTURA POLÍTICO – ADMINISTRATIVA Y LA GESTIÓN TERRITORIAL, ESPACIOS EN TENSIÓN: UNA APROXIMACIÓN A TRAVÉS DEL TURISMO EN EL PARQUE NACIONAL PUYEHUE

Dr. Claudio Rosales Urrutia²¹

Resumen

La identificación de las vocaciones productivas en una región, es uno de los elementos que en materia de crecimiento económico se consideran para planificar un territorio. No obstante, esta condición es solo un punto de partida para abordar los temas del desarrollo regional. En efecto, tanto la teoría como la praxis, indican que, sumado a estas ventajas comparativas, es menester incorporar factores de naturaleza competitiva, tales como: el tipo de estructura político-administrativa, los actores públicos y privados responsables de la gestión territorial y empresarial y los no menos importantes, la comunidad.

La presente investigación, analiza la estructura y funcionalidad en la cual se inscribe el Parque Nacional Puyehue, área protegida que forma parte de la actual Reserva de la Biosfera de los Bosques Templados Lluviosos de los Andes Australes. Este territorio de aproximadamente 107.000 hás., como consecuencia de la creación de la Región de los Ríos el año 2007 (ley 20.174), fue fragmentada administrativamente, quedando esta unidad homogénea, formando parte de dos regiones, dos provincias y cuatro comunas.

Para analizar este problema, se examinan los instrumentos de gestión territorial a escala regional y comunal, como también la dinámica funcional del turismo a través de los emprendedores vinculados al PNP. Los resultados, evidencian la tensión que actualmente se está generando entre los diversos actores (gubernamental, privado y comunidad), como así también, las amenazas que en materia ambiental y de sostenibilidad pueden afectar este frágil ecosistema natural.

Palabras clave: Estructura Administrativa, Gestión, Parque, Turismo

²¹ Departamento de Ciencias Sociales, Universidad de los Lagos, Chile. crosales@ulagos.cl

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL: LA DISTINCIÓN DE MUNICIPALIDAD TURÍSTICA

Humberto Rivas Ortega²²

Resumen

Este trabajo se ha desarrollado en el marco de un proyecto financiado por la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) que tiene como propósito principal implementar un modelo para fortalecer la gestión turística en las municipalidades de Chile. Asimismo, es parte de la tesis doctoral que el autor está realizando en la Universidad de Lleida. Se aplicó una metodología cualitativa que incorporó a los actores locales de las municipalidades seleccionadas para el caso piloto (Vicuña y Paihuano), lo que permitió el análisis y la selección de las variables claves que afectan la gestión turística interna en las municipalidades en Chile. A partir de estos resultados el Servicio Nacional de Turismo de Chile creó la Distinción de Municipalidad Turística.

Palabras claves: Gobernanza; gestión de destinos turísticos; planificación turística; sustentabilidad; desarrollo local.

²² Escuela de Ingeniería de Expediciones y Ecoturismo. Universidad San Sebastián. Chile. humberto.rivas@uss.cl

PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD LOCAL EN LA GESTIÓN TURÍSTICA DEL PARQUE NACIONAL CERRO CASTILLO Y SU ZONA ALEDAÑA - PATAGONIA AYSÉN, CHILE

Lic. Camila Salas Ojeda²³
Mg. Guillermo Pacheco²⁴
Dr. Adriano Rovira²⁵

Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar y evidenciar la participación de la comunidad local en la gestión turística del Parque Nacional Cerro Castillo y su zona aledaña, esto se realizó mediante reuniones técnicas y entrevistas con funcionarios públicos, operadores y concesionarios de las Áreas Silvestres Protegidas por el Estado (ASPE) en la región de Aysén durante los años 2018-2019. En temporada estival (2019), se visitaron y caracterizaron mediante entrevistas semiestructuradas a los servicios turísticos de la zona aledaña, concentrada mayormente en Villa Cerro Castillo. Los principales resultados de esta investigación son la caracterización de los encadenamientos socioproductivos de las iniciativas turísticas de la zona aledaña del Parque Nacional Cerro Castillo, el diagnóstico actual de la participación en la co-gestión o administración de las comunidades locales para finalmente proponer una metodología que facilite procesos de gobernanza y deliberaciones entre la entidad pública que administra y las comunidades locales. Se concluye que la participación es un tema de interés para las familias que se dedican al turismo en la zona aledaña del Parque, pero actualmente, las metodologías de los sistemas de participación no son pertinentes y no facilitan la articulación de los actores locales frente a la gestión turística del parque.

Palabras clave: Turismo, gobernanza, comunidad local.

²³ Universidad Austral de Chile, camilasalasojeda@gmail.com

²⁴ Universidad Austral de Chile, guillermopachecohabert@gmail.com. Estudiante de Doctorado de Ciencias Sociales en Estudios Territoriales de la Universidad de Los Lagos, Chile.

²⁵ Universidad Austral de Chile, aroviras@uach.cl

INCORPORACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA EN LAS CONDICIONES DE LOCALIZACIÓN DE LOS PLANES REGIONALES DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL EN CHILE

Fernando Peña-Cortés y Jimmy Pincheira-Ulbrich²⁶

Resumen

La Ley 21.074 (febrero de 2018) y el texto refundido de la Ley 19.175, introducen modificaciones a la Ley Orgánica Constitucional Sobre Gobierno y Administración Regional (LOCGAR), la que establece, entre otros temas, reformas en el ámbito de las competencias de los gobiernos regionales con el fortalecimiento del Plan Regional de Ordenamiento Territorial (PROT), instrumento que orienta la utilización del territorio de la región para lograr su desarrollo sustentable a través de lineamientos estratégicos y una macro zonificación de dicho espacio geográfico. También establecerá, con carácter vinculante, condiciones de localización para la disposición de los distintos tipos de residuos y sus sistemas de tratamientos y condiciones para la localización de las infraestructuras y actividades productivas en zonas no comprendidas en la planificación urbanística, junto con la identificación de las áreas para su localización preferente.

En ese contexto, se desarrolla una propuesta metodológica que considera las variables y procesos asociados a oferta turística (atractivos y actividades, planta e infraestructura) identificando aquellos elementos que pueden incluirse en el PROT y constituirse en condición para la zonificación del territorio. Se integran las variables turísticas y la determinación de las características físicas del territorio junto con escenarios para generar su Capacidad de Acogida.

Palabras Claves: Ordenamiento Territorial, zonificación turística, uso turístico, condiciones de localización.

²⁶ Laboratorio de Planificación Territorial, Universidad Católica de Temuco. fpena@uctemuco.cl; jpinchiera@uct.cl

TURISMO, PAISAJE Y GOBERNANZA. UN NUEVO MODELO TERRITORIAL EN LA COMARCA DE EL PRIORAT (CATALUÑA)

Dr. Sergi Saladié Gil²⁷
Mgr. Alba Font Barnet²⁸

Resumen

La investigación analiza el papel del sector turístico en la definición de un nuevo modelo territorial que se está gestando en la comarca del Priorat a lo largo de los últimos veinte años. Las bases de éste nuevo modelo territorial tiene como eje discursivo la revalorización social del paisaje, al que se le considera elemento central y base para un nuevo enfoque de desarrollo territorial. Por una parte, el proceso de revalorización del paisaje en el Priorat está relacionado con la revitalización del sector vitivinícola, que lo sitúa como un elemento central en su propuesta de recuperación del sector. Por otra parte, el paisaje emerge como eje reivindicativo en el conflicto territorial abierto ante la proliferación de múltiples propuestas para la instalación de grandes centrales eólicas en la comarca. Ambas cuestiones han convergido en la propuesta de un nuevo modelo territorial para la comarca en torno a la candidatura para ser reconocida como patrimonio mundial por su paisaje cultural agrícola de montaña mediterránea. Analizar, comprender y explicar cuál ha sido el papel del sector turístico en todo éste proceso es el objeto de estudio principal de ésta investigación.

Palabras clave: Turismo; Paisaje; Gobernanza; Priorat; Cataluña

²⁷ Departament de Geografia, Grup d'Investigació en Anàlisi Territorial i Estudis Turístics (GRATET), Universitat Rovira i Virgili, Catalunya (España). sergi.saladie@urv.cat

²⁸ Departament de Geografia, Grup d'Investigació en Anàlisi Territorial i Estudis Turístics, Red COODTUR, Universitat Rovira i Virgili, Catalunya (España). alba.font@urv.cat

DESARROLLO DEL TURISMO INDUSTRIAL EN LA LOCALIDAD DE COYA: ESCUELA DE ORFEBRES DEL COBRE. COMUNA DE MACHALÍ, REGIÓN DE O'HIGGINS, CHILE

Ma. Gabriela Ortiz Valenzuela²⁹

Resumen

El presente artículo trata sobre una propuesta de diseño basada en una visita turística a la Escuela de Orfebres de Coya, en la comuna de Machalí, Región de O'Higgins, como parte del Proyecto FIC 'Ruta del Cobre', de la Universidad San Sebastián. Se desea explorar el trabajo orfebre con el cobre, evaluando sus oportunidades y retos dentro de la incipiente industria artesanal instalada en esta región, para el desarrollo de actividades del turismo industrial, esto es, ofrecer al turista una experiencia de principio a fin, sobre al proceso de elaboración de un producto artesanal hecho en cobre.

Este tipo de turismo, conocido como turismo industrial posee gran valor cultural, histórico y patrimonial, ya que permite visualizar la realidad socio-cultural existente en esta zona, expresado a través de su arte. La información se obtuvo mediante entrevistas a algunos de los artesanos de la Escuela, su Maestro, y también otros miembros de la localidad que revelan la importancia de esta actividad para su gente. Dentro de los resultados, se puede observar que los productos generados por este tipo de turismo, son percibidos como beneficiosos, ya que ofrecen un camino alternativo a la economía tradicional, y permite posicionar esta localidad en una ruta turística mayor. La Escuela se ubica en una zona típica cuyo valor patrimonial es fundamental por tratarse de un campamento americano de comienzos y mediados del siglo XX (desde 1905 a 1967) liderado por la compañía norteamericana Branden Copper. Se entrelazan así, la historia de los mineros del cobre chileno y su trabajo manual de extracción del cobre en la minera Sewell, con el relato de los artesanos de hoy, quienes trabajan el metal para crear diferentes objetos y accesorios, ofreciendo al visitante una experiencia única sobre el turismo industrial en torno al cobre.

Palabras clave: Turismo industrial, comunidad local, oportunidades y retos, Ruta del Cobre, ruta turística.

²⁹ Facultad de Economía y Negocios- Escuela de Ingeniería en Gestión de Expediciones y Ecoturismo. Área de Docencia e Investigación. Universidad San Sebastián, Sede Santiago, Chile. Correo: gabriela.ortiz@uss.cl

EL PAPEL DE LAS TECNOLOGÍAS BIG DATA BASADAS EN LA MOVILIDAD PARA LA DETECCIÓN Y ANTICIPACIÓN DE ESCENARIOS DE SATURACIÓN TURÍSTICA Y TURISMOFOBIA EN DESTINOS

Dr. Juan Carlos Sánchez Figueroa³⁰

Resumen

Las tecnologías Big Data aplicadas a los metadatos registrados por las redes de telefonía móvil pueden servir de base para la gestión y planificación activa de la sostenibilidad de los destinos turísticos. Cuando alguno de los pilares del turismo sostenible (viabilidad económica, medioambiental, social y cultural) se desequilibran, pueden producirse escenarios de saturación turística o "turismofobia", entendida como una forma de rechazo a sus impactos, no a la actividad económica que representa.

Partiendo de la revisión de diferentes sistemas de indicadores propuestos, tanto por organizaciones internacionales como procedentes del ámbito de la investigación, una de las principales conclusiones es que el enfoque, hasta ahora, ha sido trabajar con indicadores que ya estaban respaldados por resultados estadísticos y bases de datos conocidas, pero que adolecen en algunos casos de precisión, respuesta en tiempo real, mayor granularidad espacio-temporal y capacidad de estandarización para diferentes destinos. Esta ponencia explora la capacidad de las tecnologías Big Data que trabajan con metadatos generados por las redes de telefonía móvil para proponer un sistema de indicadores de partida que permitirá superar estas limitaciones. La identificación de zonas de desequilibrio donde el turismo ejerce mayor presión sobre los residentes y el seguimiento de la evolución de estos indicadores permitirá anticipar situaciones de potencial saturación turística o "turismofobia" y armonizar políticas que contribuyan anticipadamente a su aparición..

Palabras clave: Destino Turístico Inteligente, tecnología Big Data, sostenibilidad, turismofobia;

³⁰ Facultad de Comercio y Turismo· Universidad Complutense de Madrid· España · jcsfigueroa@ccee.ucm.es;
Responsable en España de la empresa de Big Data KIDO DYNAMICS jcsanchez@kidodynamics.com

TURISMO, TANTOS DESAFÍOS PARA TANTAS OPORTUNIDADES. TERRITORIO Y GOBERNANZA DE DESTINOS

Pedro Burgos Vásquez³¹

Resumen

Un destino turístico que desde la perspectiva de la industria turística es, sin duda exitoso si sus tasas anuales de crecimiento de turistas aumentan año a año, el aumento en la inversión de nuevas plazas hoteleras, nuevas inversiones en restaurantes o el desarrollo de infraestructura pública de preferencia carreteras asfaltadas, si se puede, hasta dentro de los parques nacionales. También el éxito se mide muchas veces por el aumento de segundas residencias o proyectos inmobiliarios. Sin embargo ese éxito muchas veces se construye sobre o desplazando a los habitantes locales, se han destruido hábitats naturales o se ha minimizado la identidad, a mayor abundancia la industria turística además es en su mayoría informal. La actividad turística es para regiones y comunas objetivo claro de programas y proyectos, está presente en casi todos los planes de desarrollo, sin embargo no se logra apreciar estrategia entre las declaraciones, la planificación y la acción. No existe desarrollo turístico sustentable, sino existe primero inteligencia territorial, si no avizoramos políticas públicas potentes de mediano y largo plazo y naturalmente nada de aquello tiene sentido si la toma de decisiones carece de orgánica, formalidad y representatividad, es decir una propuesta de gobernanza organizada y coherente.

Palabras Clave: Turismo, desarrollo local, territorio, estrategia, identidad.

³¹ Universidad Austral de Chile, Corporación Panguipulli 2046

GESTIÓN EN TURISMO SOSTENIBLE DESDE LA INSTITUCIONALIDAD MUNICIPAL COMO UN EJE PARA EL DESARROLLO LOCAL. EL CASO DE LA MUNICIPALIDAD DE NATALES, EN LA AUSTRAL REGIÓN DE MAGALLANES Y DE LA ANTÁRTICA CHILENA

Maritza Vera Peña³²

Resum

Se considera una síntesis del contexto territorial e institucional de la Municipalidad de Natales. Se describe modelo que está implementando la Dirección de Desarrollo Local junto a Corporación Municipal de Cultura Turismo y Patrimonio, en cuanto a gobernanza y gestión municipal en el territorio; desde la planificación estratégica de una comuna donde uno de sus principales ejes de desarrollo, es el Turismo Sostenible y Patrimonial. Orientación marcada por un entorno natural y paisajístico propicio, en un territorio mayoritariamente Área Silvestre Protegida; además de contar con una historia y patrimonio interesantes. Natales forma parte del destino Torres del Payne, reconocido como uno de los atractivos más importantes de Chile y Latinoamérica. Situación que condiciona al Municipio a orientarse hacia modelo de "Municipio Turístico", como actor local relevante en el desarrollo sostenible.

Modelo de gestión que releva la sustentabilidad y el patrimonio, como parte esencial del turismo como eje del desarrollo local, en una ciudad que es puerto y fronteriza.

Se presentarán experiencias de vinculación y trabajo colaborativo; como la alianza con Municipalidad Torres del Payne, materializada en implementación conjunta del Plan de Desarrollo Turístico; más otras prácticas de gobernanza y colaboración intermunicipal, y con la red pública-privada, en gestión turística.

Palabras Claves: Gobernanza – Sostenibilidad – Turismo – Municipalidad – Desarrollo Local

³² Maritza Vera Peña, Asistente Social y Magíster en Gestión Pública Municipal, Directora de Desarrollo Local Municipalidad de Puerto Natales

TURISMO, CIUDADES INTELIGENTES Y GOBERNANZA: UNA TRIADA PARA EL DESARROLLO LOCAL EN LA COSTA SIERRA OCCIDENTAL DE JALISCO Y LA RIVIERA NAYARIT, MÉXICO

Rodrigo Espinoza Sánchez³³

Bryan H. Massam³⁴

Antonio Romualdo Márquez González³⁵

Edmundo Andrade Romo³⁶

Resumen

El turismo como fenómeno socioeconómico y ambiental se ha presentado en México como una estrategia para el desarrollo económico de las comunidades locales tanto urbanas como rurales, y se ha apuntalado con políticas públicas que le permitan desenvolverse de manera efectiva, sin embargo, los mecanismos de control utilizados para que éste fenómeno pueda impactar de manera positiva han sido deficientes, y esto ha ocasionado que Puerto Vallarta y la Riviera Nayarit no presuman de los factores o elementos que respondan a los requerimientos de una política pública que de seguridad al residente y al turista brindando todos los servicios y facilidades para que se dé la experiencia turística, y por ende, donde la gobernanza sea el arena que juegan los actores locales. Se presentan resultados de investigación con base a un cuestionario integrado por indicadores de: desarrollo turístico, ciudades inteligentes, gobernanza y desarrollo local aplicado a actores locales en Puerto Vallarta y la Riviera Nayarit. Los principales resultados aluden a que: a) Hay crecimiento turístico desordenado en ambos destinos, b) Los impactos del desarrollo turístico no han mejorado las condiciones de vida de la población local, c) La inteligencia artificial no se ha aprovechado, d) Falta participación de la población en el diseño de la política pública, e) La infraestructura carretera es insuficiente y carece de calidad, f) el sector social sigue en decadencia con altos índices de pobreza en la región.

Palabras clave: Turismo, Ciudad Inteligente, Gobernanza, Territorio y Desarrollo local.

³³ Profesor Investigador, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, miembro del cuerpo Académico de Análisis Regional y Turismo (ART) clave: UDG-CA-443. mail: rodrigoe@cuc.udg.mx

³⁴ Profesor Emeritus York University, y colaborador del cuerpo Académico de Análisis Regional y Turismo (ART) clave: UDG-CA-443. mail: bmassam@yorku.ca

³⁵ Profesor Investigador, Universidad Autónoma de Nayarit, y colaborador del cuerpo Académico de Análisis Regional y Turismo (ART) clave: UDG-CA-443. mail: amargon69@gmail.com

³⁶ Profesor e Investigador, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, miembro del cuerpo Académico de Análisis Regional y Turismo (ART) clave: UDG-CA-443.

PATAGONIA TERMAL, CONSTRUCCION DEL PRIMER DESTINO TURISTICO INTELIGENTE EN CHILE

Mg. Marcel Sorhaburu Alcocer³⁷

Resumen

La investigación contempló el análisis de 21 destinos inteligentes y la adaptación de enfoques y tecnologías utilizadas en la mayor parte de ellos para incorporar inteligencia a la gestión del destino. El enfoque inteligente debe partir con la disposición de los gestores para mejorar la experiencia turística y la calidad de vida de los residentes por medio de la adopción de tecnologías digitales. Las tecnologías son sólo un medio para alcanzar este fin.

El trabajo consistió en la generación de un destino turístico inteligente en una zona de alta concentración termal, dotándolo de límites físicos, imagen de marca, gobernanza y plan de desarrollo sostenible.

Además se construyó una plataforma inteligente de gestión y vinculación entre actores (turistas, empresarios, gobernanza), que permite interacción durante todas las etapas del viaje y que entre otras funcionalidades proporciona información sobre el destino, geolocalización on y off line, realidad aumentada, mensajería, alertas, valoración de la experiencia y compra online.

De igual modo se desarrolló un modelo de retroinformación generada por la propia web y otros sistemas que permite monitorear el desempeño del destino y la plataforma. Se trabajó en RRSS una estrategia de embudo que permitió alcanzar más de 100.000 visitas en el primer año.

Palabras Clave

Destino Inteligente - Turismo – Patagonia Termal – Termas – Transformación Digital

³⁷ Campus Pucón, Universidad de La Frontera, Chile. marcel.sorhaburu@ufrontera.cl

VIGILANCIA TECNOLÓGICA Y TENDENCIAS GLOBALES DEL SECTOR TURISMO. UN INSTRUMENTO DE PROSPECTIVA PARA LA TOMA DE DECISIONES DE ACTORES LOCALES

Ing. Ronald Kliebs Yáñez³⁸

Resumen

El Reporte "Turismo Cultura y Naturaleza" de la Unidad de Vigilancia Tecnológica de la Universidad de La Frontera, busca presentar información actualizada acerca de los nuevos desafíos y principales macrotendencias asociadas al sector, con el objetivo de aportar a la discusión acerca de las relaciones entre gobernanza y desarrollo territorial de manera prospectiva, ya que a partir de un análisis FODA, fue posible corroborar que los actores locales de la Región de La Araucanía consideran relevantes los resultados entregados.

En este sentido, la información es gestionada por la plataforma de inteligencia competitiva Antara Mussol, que permite obtener señales de diversas fuentes de información del mercado local, nacional e internacional, por medio del análisis de campos semánticos previamente definidos.

Las macrotendencias presentes en el Reporte vinculan la necesidad de digitalizar el turismo, promover un turismo responsable, caracterizar a los nuevos turistas, impulsar los objetivos de desarrollo sostenible vinculados al turismo y ver al sector como una herramienta de desarrollo local, sumado a identificar cuáles son los perfiles laborales y las competencias demandadas actualmente o a futuro. Algunos de estos perfiles son los gestores de redes sociales, especialista de datos, encargados de clientes millenials, gestor estratégico de ventas, entre otros.

Palabras clave: vigilancia tecnológica; inteligencia competitiva; campos semánticos; macrotendencias; prospectiva.

³⁸ Instituto de Desarrollo Local y Regional: Universidad de La Frontera, Chile. ronald.kliebs@ufrontera.cl

LA “RUTA MACONDO” COMO REFERENTE DE DESARROLLO TURÍSTICO- CULTURAL EN EL CARIBE COLOMBO- VENEZOLANO

Dr. Luis Rubén Pérez Pinzón³⁹

Resumen

La consolidación del turismo cultural en Colombia, y en particular el turismo literario, Durante la última década en el caribe colombo-venezolano, y específicamente en la “zona bananera”, se ha promovido una ruta de turismo cultural denominado “Macondo” en honor al mundo literario creado por el nobel Gabriel García Márquez al evocar a través de su “realismo mágico” las vivencias, narraciones y supersticiones aprendidas en esa zona productiva. La ruta propicia el desarrollo de acciones en competitividad como: el mejoramiento de las vías de transporte; la reconstrucción de bienes patrimoniales por el Gobierno nacional y la entrega de los mismos en comodato a empresas privadas para asegurar su sostenibilidad, especialmente al gremio de los palmicultores; la articulación de las autoridades turísticas de los pueblos patrimoniales de la región, así como la creación de una ruta turístico-literaria que articuló los bienes, instituciones y esfuerzos intergremiales para ofrecer una experiencia diferenciadora de la cultura caribe inspirada en la narrativa y los personajes de García Márquez.

Palabras Claves: Turismo literario, turismo cultural, Macondo, Caribe, Colombia

³⁹ Departamento de Estudios Socio-humanísticos, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia. Tutor del Semillero de Investigación en Emprendimiento Cultural de la Universidad Industrial de Santander. lperez14@unab.edu.co

3

**TURISMO Y SUSTENTABILIDAD EN ÁREAS
NATURALES PROTEGIDAS**

TURISMO COMUNITARIO Y POLÍTICAS PÚBLICAS TURÍSTICAS EN ECUADOR: UN ANÁLISIS DE LAS COMUNIDADES DE NACIONALIDAD WAORANI EN EL PARQUE NACIONAL YASUNÍ

Ing. Angélica Calle Calderón⁴⁰
MSc. Marcela Costa Bifano de Oliveira⁴¹
Dr. Marcow Rodríguez Sandoval⁴²

Resumen

El presente artículo tiene por objetivo estudiar la gestión de las comunidades de la nacionalidad Waorani, de la Amazonía ecuatoriana, que desarrollan emprendimientos turísticos comunitarios, en contraste con las políticas públicas direccionadas a esta temática. Con un abordaje desde los ejes anclados a este modelo de gestión, se hizo un análisis teórico acerca de los orígenes del turismo comunitario, definiéndolo como un modelo de gestión sostenible. La investigación parte de un enfoque cualitativo, de tipo exploratorio y utiliza un diseño de estudio de caso y etnográfico. Primeramente, se realizó una revisión bibliográfica y documental de las políticas turísticas del Ecuador, para analizar la importancia dada al turismo comunitario a lo largo del tiempo. Posteriormente, en la labor de campo se cumplió con la observación y varias entrevistas semi-estructuradas a actores claves, con el propósito de obtener criterios y opiniones. En los resultados, los datos se contrastan arrojando que las comunidades de estudio son invisibilizadas por las políticas públicas actuales que debilitan estas iniciativas sustentables.

Palabras clave: turismo comunitario; Ecuador; Yasuní; waorani; políticas turísticas.

⁴⁰ Universidad UTE, Ecuador. aangiec37@gmail.com

⁴¹ Universidad de Guadalajara, México. marbifano@gmail.com

⁴² Universidad UTE, Ecuador. mrodriguez@ute.edu.ec

EL ORIGEN DE LAS ÁREAS PROTEGIDAS Y SU RELACIÓN CON EL TURISMO: UN ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE CHILE Y ESTADOS UNIDOS

Alejandro Espinosa Sepúlveda⁴³
Alejandro Herrera Aguayo
Rodrigo Huaiquilao Huincaman

Resumen

Se describe el contexto histórico y las motivaciones que operaban al momento de crearse en 1872 la primera área protegida del mundo: el Parque Nacional Yellowstone, ubicado en las Montañas Rocosas, en los estados de Wyoming, Montana e Idaho, Estados Unidos. Este hito se compara con el contexto histórico y las circunstancias presentes en el momento de crearse las primeras áreas protegidas de Chile: la Reserva Forestal Malleco (1907) y el Parque Nacional Benjamín Vicuña Mackenna (1925), ambas ubicadas en precordillera de los Andes de la Región de La Araucanía. En dicho marco, se plantea la existencia de una serie de hechos históricos que relacionan los procesos fundacionales en estos dos países, así como también la existencia de circunstancias coincidentes entre ellos y otras no tanto. En efecto, el objetivo para crear el Parque Nacional Yellowstone fue generar oportunidades para que el ciudadano común pudiera desarrollar actividades turísticas al interior de ambientes naturales, junto con la conservación de la naturaleza. En cambio, la creación de la Reserva Forestal Malleco estuvo motivada por causales de índole comercial, al promulgarse en Chile el año 1905 una ley que permitía al Presidente de la República crear Reservas Forestales con el fin de explotar los bosques nativos. En cambio, al compararse las motivaciones de la creación de los parques nacionales Yellowstone y Benjamín Vicuña Mackenna, llama poderosamente la atención que ya en esa época en estos dos países se considerara el turismo como el principal objetivo de manejo, junto con la conservación de la naturaleza. Esta circunstancia es muy particular, considerando el hecho de que si bien es cierto el concepto de turismo fue acuñado el año 1911, recién durante el siglo XXI el turismo fue considerado como el fenómeno socioeconómico más importante y una de las industrias más grandes y de mayor crecimiento a nivel mundial. Ello demuestra la visión "futurista" del turismo que tuvieron los creadores de los parques nacionales en Chile y Estados Unidos.

Palabras clave: áreas protegidas, Región de La Araucanía, turismo, Reserva Forestal Malleco, Parque Nacional Benjamín Vicuña Mackenna.

⁴³ Departamento de Ciencias Forestales y Centro de Investigaciones Territoriales (CIT). Universidad de La Frontera. Temuco, Chile. alejandro.herrera@ufrontera.cl

PRIVATE CONSERVATION IN LATIN AMERICA – IMPACTS ON LOCAL AND REGIONAL DEVELOPMENT WITH FOCUS ON CHILE

Benedikt Hora⁴⁴

Resumen

Since the 1990s plenty of private conservation initiatives have occurred in many Latin American countries especially in Chile. They are located predominantly in mountain areas. These initiatives come from domestic and international investors. Their goals vary from pure protection to profit orientated tourist destinations. In Chile 652 916 ha of its territory is under private conservation. This is a share of 2,2 % of its total territory. This makes Chile after Belize (5,7 %) and Costa Rica (5,19 %) to the country with the third largest proportion of private conservation in Latin America. This research project is a comparative study focused on two experiences: The Pumalín Park and the Reserva Biológica de Huilo Huilo which are both located in the **Biosphere Reserve Bosques Templados Lluviosos de los Andes Australes**.

The first one is the second biggest private protected area in Chile. Following research questions were asked:

What are the effects of private conservation on regional development?

How does the local population perceive large scale private conservation in their region? In order to elaborate the results questionnaires were handed out in the nearby cities Chaitén and Neltume. Furthermore, mappings of the regions with the focus on services for tourist and locals were carried out.

Results show in both cases that the majority of the local population sees these private protection initiatives positive. Their socio economic situation has improved. Pumalín Park has triggered a positive economic effect on the village of Chaitén after the volcanic eruption. In the city of Neltume near the Reserva Biológica de Huilo Huilo a feminisation of the workforce has occurred, because the economy has turned from forestry towards tourism. The majority of the group sees mainly an economic advantage through the private protected area.

⁴⁴ Master's Programme Geography: Global Change - Regional Sustainability at the University of Innsbruck
PhD student in the area of geography Benedikt Hora benedikt.hora@gmail.com

EVALUACIÓN DEL APORTE DE LAS ÁREAS PROTEGIDAS AL TURISMO MEDIANTE LA DETERMINACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL PAISAJE. ESTUDIO DE CASO EN LOS ANDES DE LA REGIÓN DE LA ARAUCANÍA, CHILE.

Alejandro Espinosa Sepúlveda⁴⁵
Alan Garín Contreras
Pablo Martínez Riquelme
Sandra Fernández Alberti

Resumen

Las Áreas Protegidas (APs) son lugares geográficos bien definidos, que se regulan y manejan con el objetivo de lograr ciertos objetivos de conservación. En Chile, las APs están integradas en un Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE), conformado por parques nacionales (manejados principalmente para la protección de ecosistemas, el turismo y la recreación), reservas nacionales (manejo sostenible de ecosistemas naturales) y monumentos naturales (conservación de rasgos naturales específicos). El presente trabajo evalúa el aporte que hacen las áreas protegidas al turismo mediante la determinación de la potencialidad a nivel de paisaje en comunas representativas de la precordillera de los Andes en la Región de La Araucanía. Para ello, se aplicaron criterios provenientes de la geografía física, mediante los cuales fue posible subdividir el área de estudio en unidades de paisaje, en cuyo interior se evaluaron atributos relacionados con el potencial turístico: diversidad estructural, naturalidad y unicidad de geoelementos. Los resultados obtenidos dentro del SNASPE fueron comparados con aquellos generados fuera de éste, concluyéndose que el potencial para el turismo se concentra en forma significativa al interior de las APs y no fuera de éstas.

Palabras clave: potencialidad turística, atributos del paisaje, áreas protegidas, Región de La Araucanía, evaluación turística en áreas protegidas.

⁴⁵ Departamento de Ciencias Forestales y Centro de Investigaciones Territoriales (CIT). Universidad de La Frontera. Temuco, Chile. alejandro.herrera@ufrontera.cl

EL TURISMO DE NATURALEZA, EFICAZ HERRAMIENTA DE DESARROLLO LOCAL EN LA RESERVA DE BIOSFERA ARAUCARIAS, CHILE

Nemo Ortega Alul⁴⁶

Resumen

Las Reserva de Biosfera son “zonas de ecosistemas terrestres o costero/marinos, o una combinación de los mismos, reconocidas como tales por la UNESCO a través del Programa Hombre y Biosfera (MaB). Están concebidas para responder a la pregunta “¿cómo conciliar la conservación de la diversidad biológica, la búsqueda de un desarrollo económico y social y el mantenimiento de los valores culturales asociados?. Tienen como función Conservar la naturaleza, Promover el desarrollo económico y humano sustentable y Fomentar actividades de investigación, educación, capacitación y monitoreo de los procesos que ocurren en este territorio. Cada reserva de biosfera debe contener 3 zonas: núcleo, de amortiguación y de transición.

Desde el año 1983, un 35% (1.142.000 hectáreas) de la región de la Araucanía, es reconocido como Reserva de la Biosfera Araucarias (RBA), involucrando administrativamente a 9 Municipios y 10 Áreas Silvestres Protegidas del Estado (zonas núcleo).

Durante el año 2018, las zonas núcleo de la RBA fueron visitadas por más de 400.000 turistas contribuyendo de esta manera con el desarrollo local. Es por esta razón, que tanto la RBA como el Geoparque Kutralcura constituyen el principal eje del turismo de naturaleza y geoturismo respectivamente, elementos centrales del instrumento de planificación ZOIT.

Palabras claves: Reserva Biosfera, Turismo Sustentable, ZOIT.

⁴⁶ Encargado Reserva de la Biosfera Araucarias. Corporación Nacional Forestal nemo.ortega@conaf.cl

LA BELLEZA ESCÉNICA COMO UN SERVICIO ECOSISTÉMICO EN UN ÁREA SILVESTRE PROTEGIDA. CASO DE ESTUDIO: PARQUE NACIONAL CONGUILLÍO

Msc. Sandra Fernández Alberti⁴⁷
Dr. Alejandro Ramón Espinosa Sepúlveda
Est. Javiera Zúñiga Prieto

Resumen

La demanda de recreación al aire libre ha ido creciendo de forma continua, donde los ambientes de montaña son muy apreciados por los turistas debido a la belleza escénica y su variada topografía, por tanto, la belleza escénica de los paisajes contribuye al bienestar humano. En este contexto, los Servicios Ecosistémicos (SE) aportan un enfoque operativo para integrar las múltiples contribuciones de la naturaleza, en el proceso de toma de decisiones. Con respecto a la gestión del paisaje, este es un patrimonio ambiental que incluye valores culturales y naturales que representa la fisonomía de un espacio y refleja su naturaleza e historia. Los ecosistemas naturales entregan grandes oportunidades para la recreación y el ocio.

Este estudio se situó en el Parque Nacional Conguillío (PNC), Región de La Araucanía. El objetivo de este estudio fue evaluar la belleza escénica como un SE en el PNC y poder establecer un perfil del visitante a esta área silvestre protegida.

El estudio se realizó en base a entrevistas presenciales pre-estructuradas a una muestra representativa de visitantes compuesta por hombres y mujeres, mayores de 18 años. Además con el uso de Sistema de Información Geográfico (SIG), se evaluó el paisaje desde el punto de vista de la atractividad, geoelementos y naturalidad, atributos del paisaje que están estrechamente relacionados con la percepción del turismo.

Los resultados señalan creciente aumento de visitantes y turistas, principalmente grupos familiares atraídos por su gran valor paisajístico, ejerciendo una gran presión a esta ASP.

Palabras claves: Belleza escénica, Servicios ecosistémicos, Perfil Turistas

⁴⁷ Departamento de Ciencias Forestales y Centro de Investigaciones Territoriales (CIT). Universidad de La Frontera. Temuco, Chile. s.fernandez.alberti@gmail.com

BUENAS PRÁCTICAS DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA PARA LA CONSERVACIÓN DE LA RESERVA TAHAMÍES UBICADA EN EL MUNICIPIO DE GUARNE ANTIOQUIA

Cindy Marcela Ossa Cardona⁴⁸

Resumen

La investigación se centró en el estudio de buenas prácticas para la sostenibilidad turística en la Reserva Tahamíes, para promover la puesta en marcha de una serie de propuestas relacionadas con el desarrollo de actividades ecoturísticas basadas en la sostenibilidad.

Para la realización de este estudio se empleó entrevistas dirigidas al propietario y a los turistas que ingresan a la reserva como insumo principal para reconocer la oferta ecoturística, la sostenibilidad y la percepción del turista frente a la Reserva; Se realizó una guía de observación dentro del área basada en la aplicación de parámetros dados en las normas técnicas colombianas sectoriales: NTS-TS001-1 Destino turístico. Requisito para la sostenibilidad, NTS-TS004 Establecimientos gastronómicos y bares, NTS-TS002 Establecimientos de alojamiento y hospedaje NTS-TS006-2 Sedes para eventos, congresos, ferias y convenciones; Posteriormente se llevó a cabo un plan básico de manejo ambiental para el turismo basado en los resultados obtenidos en la guía de observación y las entrevistas realizadas, con el fin de generar una serie de recomendaciones a través de programas efectuados en la Reserva Tahamíes que contribuya al aporte de elementos básicos para el fomento de la sostenibilidad turística.

Palabras clave: Ecoturismo; áreas protegidas; turismo sostenible; buenas prácticas de sostenibilidad turística.

⁴⁸ Corporación académica ambiental, Universidad de Antioquia, Colombia. Cindy.ossa@gmail.com

LA EXPERIENCIA DE OCIO EN ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS: BIENESTAR, CONTRADICCIONES Y VÍNCULOS CON LOS LUGARES. ESTUDIO DE TURISTAS Y RESIDENTES DE LOS PARQUES NACIONALES CONGUILLIO, VILLARRICA Y HUERQUEHUE

Andrés Ried Luci⁴⁹
Anne Le Bo
Stephanie Carmodo
Rodrigo Santos

Resumen

Esta investigación se propuso como objetivos: comprender los significados que tienen las experiencias de ocio al aire libre e identificar los beneficios y cualidades que se perciben producto de las experiencias de ocio en áreas silvestres protegidas (ASP). La metodología seleccionada del estudio fue de carácter cualitativa y con un enfoque interdisciplinario basado en la concepción psico-social del ocio. Los instrumentos que se utilizaron para levantar y recopilar datos fueron: entrevistas en profundidad, análisis de contenido de señalética y folletos, observación participante de salidas a terreno e investigación y recopilación bibliográfica. Los principales hallazgos se refieren a: la trascendencia de la experiencia de ocio en ASP como una vivencia que produce atribución de bienestar subjetivo; la identificación de vínculos sociales y experienciales como claves de la construcción de vínculos con las ASP; la deficiente señalética que promueva la experiencia de ocio en la vía pública y en los propios parques; la existencia de prácticas de aficionados que se diferencian notablemente de sus discursos y las percepciones encontradas respecto del hacinamiento en las ASP y de la concesión de servicios recreativos al interior de las ASP, destacándose la percepción negativa de la elitización y mercantilización de las ASP (Wade, 2005).

Palabras claves: ocio, experiencia, sentidos del lugar, concesiones

⁴⁹ Pontificia Universidad Católica de Chile, Campus Villarrica rried@uc.cl,

EL ECOTURISMO COMO ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO SOCIOAMBIENTAL EN EL MARCO DE LA REGIÓN ADMINISTRATIVA DE PLANIFICACIÓN ESPECIAL (RAPE)

Mg. Maritza Real Anzola⁵⁰
Mg. Iván Fernando Amaya Cocunubo⁵¹

Resumen

La investigación identifica los territorios que han sido objeto de explotaciones agrícolas y susceptibles de implementar estrategias para el desarrollo del ecoturismo, en el marco de la Región Administrativa y de Planificación Especial - RAPE, Cundinamarca Colombia. El estudio permitió establecer cuales territorios de la región poseen vocación ecoturística, caracterizó las condiciones ecológicas, institucionales y sociales de los municipios y planteó estrategias de planificación del ecoturismo en los territorios definidos. La investigación fue descriptiva-analítica, fundamentada en procesos de investigación acción participación. La estrategia metodológica se realizó mediante revisión de: planes de desarrollo, estudios de las características ambientales de los municipios y la información colectada a través de entrevistas semiestructuradas, encuestas y talleres comunitarios, con esta información se evaluó el cumplimiento de los indicadores que definen la vocación ecoturística y se identificaron los actores sociales de los municipios, así como sus posiciones respecto al ecoturismo. Finalmente, se estableció que los municipios identificados como poseedores de vocación ecoturística, pueden conformar un corredor estratégico para el desarrollo de esta tipología de turismo, los mismos cuentan con apoyo gubernamental y social para desarrollar proyectos con tendencia al ecoturismo, a pesar de la falta de claridad del concepto ecoturístico reinante en la región.

Palabras claves: Ecoturismo; Vocación; Territorios

⁵⁰ Facultad de Ciencias Sociales, Programa de Turismo, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Colombia.
mreal@unicolmayor.edu.co

⁵¹ Facultad de Ciencias Sociales, Programa de Turismo, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Colombia.
ifamaya@unicolmayor.edu.co

EL ROL DE LAS COMUNIDADES LOCALES, OPORTUNIDADES Y RETOS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE: UN ANÁLISIS DEL TURISMO DE MONTAÑA EN LA COMUNIDAD LA CANDELARIA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, ECUADOR

Christian Quishpe Fernández
María Belén Ortiz⁵²

Resumen

En septiembre del 2018 se cumplieron cuatro años desde que la ONU implementó la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, un ambicioso proyecto a escala global que presenta 17 objetivos y 167 metas para alcanzar la visión de desarrollo sostenible. Igualmente, la sostenibilidad en turismo es uno de los temas que mayor énfasis ha adquirido para el estudio de comunidades locales y sus procesos de desarrollo, como en el caso de La Candelaria, comunidad más cercana al nevado El Altar, donde actualmente se ha registrado un incremento en la afluencia de turistas que buscan realizar actividades vinculadas a turismo de montaña. No obstante visitar este recurso supone un fuerte impacto social, económico y ambiental al estar ubicado dentro del Parque Nacional Sangay, Patrimonio Natural de la Humanidad. En consecuencia estudiar las implicaciones de este fenómeno de crecimiento turístico resulta pertinente. Para ello, usando el IAP, un método de investigación-acción participativa se presenta el siguiente artículo, que tiene como objetivo central resaltar las oportunidades y retos que afronta La Candelaria en la práctica de turismo de montaña, tomando como base de análisis la meta 8.9 y 12.b de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible que refieren particularmente a turismo.

Palabras claves: Comunidad local, Desarrollo sostenible, La Candelaria, Parque Nacional Sangay, Turismo de montaña.

⁵² m.belen89@hotmail.com

DIAGNÓSTICO DE LA DEGRADACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y ESTRATEGIAS DE MITIGACIÓN PARA EL MUNICIPIO DE TENA EN LA PROVINCIA DEL TEQUENDAMA

Martha Cecilia Aldana Ortíz⁵³

Jeison David Castellanos Alfonso y Erika Marcela Cárdenas Velásquez

Resumen

El turismo es una dinámica que contribuye a fortalecer y desarrollar económica y socioculturalmente un territorio, además posee un gran componente ecológico porque tiene el reto de convivir en armonía con este; infortunadamente esta simbiosis no se presenta de forma equilibrada. A partir de la obtención de datos de fuentes secundarias, observación directa y recolección de datos, el artículo presenta una recopilación sobre varios casos de estudio en donde se evidencia la degradación de recursos naturales, entendiendo causas y consecuencias del detrimento de estos, identificando que estrategias se han planteado por parte de diferentes actores y la efectividad de estos frente a las problemáticas ambientales que enfrentan. Con base en ello, se determinaron los recursos naturales degradados en el municipio de Tena, en la Provincia del Tequendama y se proponen estrategias que sean viables para mitigar los impactos ambientales y ecológicos de las zonas afectadas e incentivar el desarrollo turístico sostenible.

Palabras clave: Degradación ambiental, recursos naturales, turismo.

⁵³ mcaldanao@libertadores.edu.co Docente Investigadora Programa de Administración Turística y Hotelera Fundación Universitaria los Libertadores. Perteneciente a la red de Coodtur y CoodesturHoja de Vida Investigativa (cvlac): http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001006827

ALTERACIÓN DEL PAISAJE EN ZONAS DE INTERÉS TURÍSTICO VULNERABLES, SUR DE CHILE

GASTÓN VERGARA DÍAZ⁵⁴

RESUMEN

Las zonas de interés turístico (ZOIT) requieren un monitoreo y evaluación permanente que permita identificar y prevenir las transformaciones originadas por la intervención humana y sus efectos negativos sobre el paisaje.

El objetivo de la presente investigación es cuantificar las transformaciones de los recursos naturales que ha sufrido la ZOIT de Panguipulli y establecer políticas que permitan prevenir las alteraciones del paisaje.

Se analizaron para la zona de interés imágenes satelitales LANDSAT para los periodos 2006 y 2013. En cada periodo se clasificaron 9 tipos de usos del territorio y utilizando matrices de transición se cuantificaron las transformaciones de la ZOIT.

Se identificaron reducciones importantes en los usos del territorio asociados al Cultivos y praderas (-13.4 %), Praderas (-4.9 %) y Matorral-pradera (-5.5 %). Un gran incremento de las plantaciones forestales (19.7 %) con alteración del paisaje por la pérdida de recursos naturales endémicos.

El uso de imágenes satelitales, permitieron identificar y cuantificar los principales cambios que están ocurriendo en el uso del suelo en la ZOIT de Panguipulli. Se establece la valoración turística que tiene el paisaje en el territorio y las repercusiones negativas en el paisaje por la disminución de la flora nativa.

Palabras claves: Paisaje, Territorio, ZOIT

⁵⁴ gastonvergara@uach.cl Universidad Austral de Chile, Facultad de Cs. Económicas y Administrativas, Instituto de Estadística.

IMPACTO DEL TURISMO SUSTENTABLE EN EL ARRECIFE CORALINO MAS SEPTENTRIONAL DEL PACÍFICO ORIENTAL

Dr. Oscar Arizpe C.
Dra. Judith Juárez M.
Universidad A. de Baja California Sur, Mexico.

Resumen

Cabo Pulmo es el único arrecife coralino del Golfo de California y durante más de un siglo había estado sujeto a la pesca. Evidenciando que la información y conocimiento del área eran mínimos, en 1987 iniciamos las investigaciones de la estructura de la comunidad coralina, invertebrados y peces asociadas a la misma. El estudio denotó en los primeros 3 años una declinación de la cobertura coralina y de la densidad de los peces e invertebrados causada principalmente por las actividades extractivas de la población que se dedicaba fundamentalmente a la pesca. Considerando urgente que se conociera la situación crítica del arrecife, iniciamos en 1991 un proceso de comunicación e involucramiento comunitario con los pobladores, autoridades y usuarios de la zona, cuyo propósito principal fue el de lograr la protección del arrecife coralino y por lo tanto limitar las acciones de pesca, planteándoles como alternativa una estrategia de turismo sustentable. Asimismo, se diseñó el estudio técnico justificativo para la incorporación del arrecife al Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas que se logró en junio de 1995, después de un amplio proceso de consulta pública y concertación. Al no contarse con programa de manejo de la ANP (lo que se dio 15 años después), nos enfocamos a desarrollar una estrategia para mejorar la salud del ambiente y la calidad de la vida de la población local de Cabo Pulmo, para lo cual se evaluaron los componentes ambientales y económico sociales de todas las microrregiones de la ANP y zona terrestre de influencia, y se determinaron las aptitudes de las mismas, de lo que se generó la estrategia de desarrollo sustentable, fundamentada en el turismo acuático de buceo y snorkeleo en el arrecife coralino. Después de 30 años que iniciamos el estudio del ahora parque nacional, los indicadores socioeconómicos muestran que la estrategia de desarrollo basada en el turismo sustentable ha generado un incremento en la calidad de vida de la población local y un aumento significativo de la cobertura coralina y de las poblaciones de peces e invertebrados. En la última evaluación ecológico-económica del sistema de estudio muestra que el Parque Nacional Cabo Pulmo provee servicios ecosistémicos del equivalente a mil millones de dólares, con una derrama a la población local de 4 millones de dólares anuales y de 932 toneladas de peces también anuales al Golfo de California, por todo lo cual se considera al sistema como un modelo de desarrollo sustentable.

Palabras clave: Turismo sustentable; Cabo Pulmo; Arrecife coralino; Pacifico septentrional

VIAJERAS Y TRABAJADORAS: REFLEXIONES SOBRE LA PARTICIPACIÓN FEMENINA EN EL TURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS EN COLOMBIA

PhD© Leidy Johana Ariza Marin⁵⁵

Resumen

A partir de la revisión de literatura realizada en el marco del desarrollo de la tesis doctoral en Geografía, se presentan reflexiones acerca de la contribución de las mujeres como demandantes y oferentes de los servicios turísticos en áreas protegidas, exhibiendo algunas particularidades de dicha actividad en Colombia. Se destaca la importancia de las mujeres viajeras como un segmento en crecimiento; así mismo, se explora la experiencia de viaje femenino, analizando sus motivaciones para emprender viajes solas, así como el efecto que las desigualdades en el uso del espacio tienen en este proceso. Considerando que en Colombia, las áreas protegidas son zonas donde es frecuente que las comunidades habitantes encuentren marginadas y en condición de vulnerabilidad, ya sea a causa del conflicto armado o de la escasez de oportunidades, aquí se resalta el trabajo femenino en el sector ecoturístico y su efecto multiplicador en el bienestar de las comunidades locales. Adicionalmente, se propone el fomento al ecoturismo con enfoque de género, con un enfoque de construcción colectiva, donde el potencial ecoturístico se combine con las capacidades de todos los actores locales en conjunto.

Palabras clave: Áreas protegidas, conservación de la naturaleza, ecoturismo, mujer y desarrollo

⁵⁵ Economista, MSc Gestión Ambiental Sostenible, PhD© en Geografía. Docente Facultad de Ingeniería Ambiental Universidad Santo Tomás – Villavicencio, Colombia. Email: leidyariza@usantotomas.edu.co

4

**INNOVACIÓN, COMPETITIVIDAD Y
ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE
PRODUCTOS TURÍSTICOS**

LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y EL CAPITAL INTELLECTUAL EN LA EMPRESA HOTELERA

Cdato. Maestría Jesús Manuel Cázares López⁵⁶
Dra. Ana María Larrañaga Núñez⁵⁷

Resumen

La comunicación estratégica orienta la gestión de la empresa hotelera para que su capital intelectual, permita contribuir con ventajas competitivas en un contexto de posicionamiento en la actividad turística en un destino emergente caracterizado por un turismo de reuniones y negocios. El objetivo de esta ponencia es identificar la gestión de la comunicación estratégica y su relación con el capital intelectual en el Hotel Los Tres Ríos de Culiacán, Sinaloa, México. Es un estudio de caso con aplicación del enfoque mixto descriptivo que se basa en el cruce de entrevistas semiestructurada, encuestas, observación y análisis documental. Los hallazgos demuestran que en el hotel no existe un plan de comunicación integral, pero que en las prácticas organizacionales las reuniones de trabajo semanales con mandos medios y superiores y las de carácter intra e interdepartamental apoyan en la solución de problemáticas y a tomar decisiones en consenso; es significativo el aprovechamiento del capital humano y el relacional, no así el tecnológico. Entre las conclusiones, la comunicación estratégica en el nivel estratégico y logístico no son los adecuados al interior del hotel por lo que se inhibe en el conocimiento para generar mayores ventajas competitivas en el sector turístico.

Palabras clave: comunicación estratégica, capital intelectual, empresa hotelera, turismo.

⁵⁶ Universidad Autónoma de Occidente, Unidad Regional Culiacán, México. jesuscazaresl@hotmail.com

⁵⁷ Universidad Autónoma de Occidente, Unidad Regional Culiacán, México. amlarranaga2607@gmail.com

DIAGNÓSTICO DE LOS RECURSOS INTANGIBLES DEL CAPITAL INTELECTUAL DE UN DESTINO TURÍSTICO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA INNOVACIÓN. CASO: SAN MARTÍN DE LOS ANDES, PATAGONIA ARGENTINA.

Mg. Fabiana Quadrini
fabianaquadrini@yahoo.com.ar
Lic. Cynthia Abraham
abrahamanahi@hotmail.com
Lic. Patricia Hernandez
hernandez_patricia19@yahoo.com.ar⁵⁸

Resumen

El presente trabajo intenta desarrollar y aplicar un método que permita realizar un diagnóstico de los recursos intangibles del capital intelectual (Humano, Tecnológico, Estructural, Relacional) a nivel de destino turístico y demostrar su relación positiva con la actividad innovadora. Para ello se distinguen dos áreas de estudio: la empresarial y la de destino. La primera se centra en las empresas Pymes del sector turístico (Agencias de Viajes y Hospitalidad) y la segunda, vinculada con organismos públicos y entes relacionados al sector turístico del destino San Martín de los Andes, Patagonia Norte. Con la intención de poner en valor práctico el concepto teórico tripartito Gobierno, Universidad y Empresa se contribuirá a generar mayor conocimiento para la formulación de estrategias competitivas, desde una perspectiva coherente, integrada y cualitativa, que posibilite a su vez contar un sistema de alerta para la previsión del comportamiento del destino. En tal sentido, se propone trabajar con contenidos actuales en innovación, tecnologías, gestión de la información, redes de conocimiento y mapas cognitivos, permitiendo al sector empresario y al gubernamental el aprendizaje para desarrollar y potenciar sus fortalezas y oportunidades en la aplicación del capital intelectual en un destino.

Palabras clave: destino - innovación - capital intelectual - San Martín de los Andes - diagnóstico.

⁵⁸ Docentes investigadoras de la Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Neuquén, Argentina. Integrantes del Centro de Estudios del Conocimiento e Investigación Empresarial Turístico (CECIET). Integrantes del proyecto de investigación 04/T050 "Gestión del Capital Intelectual e Innovación a nivel de destino turístico: una vía para potenciar la competitividad del sector". Directora Mg. Alejandra Gazzera; Co-directora Mg. Lorenna Lombardo.

EL MODELO DE MEDICIÓN DE CAPITAL INTELECTUAL HOTELERO (THER) EN EL SECTOR ALOJAMIENTO DE LA CIUDAD DE SAN MARTÍN DE LOS ANDES- PATAGONIA- ARGENTINA

Mg. Lorena Lombardo⁵⁹
Mg. Cristian Falquemberg⁶⁰
Mg. Gabriela Marenzana⁶¹
Mg. María Alejandra Gazzera⁶²

Resumen

El presente trabajo resalta la necesidad que poseen las empresas en general y en particular de alojamientos turísticos de la ciudad de San Martín de los Andes, acerca de la importancia de administrar el conocimiento, gestionarlo, medirlo y convertirlo en ventajas competitivas, como así también la importancia de generar ideas e innovaciones que agregan valor y calidad, a partir de la gestión de los clientes internos de la organización (capital humano), de todas las áreas de la organización (capital estructural), de su tecnología (capital tecnológico), incluyendo las relaciones con el entorno, y más específicamente con los agentes económicos que participan en las diferentes fases de la cadena de valor en la prestación de un servicio: (capital relacional), con el objeto de brindar los mejores productos y/o calidad de servicio.

Se presenta la herramienta *THER*, modelo de medición de Capital Intelectual Hotelero, cuyas siglas significan Tecnológico, Humano, Estructural y Relacional de negocios, creado por el con el objetivo de lograr una aproximación de medición del capital intelectual y proporcionar una base para una evaluación objetiva y cuantitativa que permita establecer una hipótesis del valor total, al que es equivalente la cantidad y calidad de capital intelectual que cada empresa hotelera posee, El modelo propuesto, responde a un proceso de identificación, selección, estructuración y medición de activos intangibles hasta ahora no evaluados de forma estructurada por las empresas hoteleras de la Patagonia, Argentina.

Palabras claves: capital intelectual- modelo- medición- sector hotelero- competitividad

⁵⁹ Facultad de Turismo-UNCo lorenalombardonqn@gmail.com

⁶⁰ Facultad de Turismo- UNCo cfalquemberg@gmail.com

⁶¹ Facultad de Turismo- UNCo gmarenzana@yahoo.com.ar

⁶² Facultad de Turismo- UNCo alegazzera@gmail.com

COMPETITIVIDAD: EMPRESA TURÍSTICA EN CEARÁ-BRASIL

Dra. Myrtis Arrais de Souza⁶³

Resumen

La existencia de agentes con capacidad empresarial significa un conjunto de calidades que los diferencia de los demás recursos humanos económicamente movilizables.

Las posibilidades de un nuevo modelo de relaciones entre universidad-industria-gobierno indican que las condiciones locales traigan recursos a ser operados en forma de red. Esta investigación tiene por objetivo presentar las principales herramientas de cómo una empresa turística debe adecuarse al medio en que esta inserta, para ser competitiva y exitosa en su reto final.

Se utiliza el referencial teórico de los principales autores mundiales sobre el tema competitividad, incluyendo, entre otros, en apoyo los subtemas pertinentes.

Además de la revisión de literatura se ha hecho un estudio de caso, con recopilación de datos a través de aplicación de encuesta a las principales empresas turísticas receptoras del estado de Ceará-Brasil.

Los resultados apuntaron que las empresas turísticas receptoras de Ceará aún exhiben una competitividad reducida, determinada por su pequeño tamaño, su escasa coordinación y asociatividad, su baja cualificación de recursos humanos, su lejanía de la toma de decisiones del sector y su escasa capacidad de gestión estratégica.

El fomento de la asociatividad y la creación de instancias institucionalizadas e informales (eventos) de encuentro, coordinación y acción común son recomendados.

Palabras clave: Empresas Turísticas receptoras; Competitividad y Turismo; Empresa turística y Territorio; Recursos Humanos en Turismo.

⁶³ PHD en Desarrollo Económico y Turismo por la UAM Universidad Autónoma de Madrid.
Institución de Trabajo: SEPLAG-CE Secretaria de Planejamento do Governo do Estado do Ceará Email:
myrtisarraisdosouza@gmail.com

COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS EN EL TERRITORIO DIGITAL

Mg. Claudia Toros Scorians⁶⁴

Mg. Carlos Espinosa⁶⁵

Mg. Marcelo Mancini⁶⁶

Lic. Martín Herrero⁶⁷

Resumen

A partir del advenimiento de Internet de manera más o menos masiva, la vida de las personas y las instituciones ha cambiado radicalmente. Cuando se pensaba que el fenómeno ya no podría ser más volátil o complejo, las interacciones físicas – en comunicaciones, intercambio social y político, comercio, medios y entretenimiento – están siendo desplazadas por las originadas digitalmente. Asimismo, son cada vez más los destinos que compiten por captar los crecientes flujos turísticos de las sociedades modernas, procurando, entre otros objetivos, minimizar su capacidad ociosa a fin de acelerar su penetración en el mercado; tornándose imperativo integrarse a circuitos turísticos de elevada jerarquía e insertarse rápidamente en el mundo digital.

El presente trabajo de investigación pretende abordar los siguientes interrogantes: ¿qué desarrollo están teniendo los destinos turísticos en el campo de los medios digitales?, ¿cuáles son los factores que hacen a la competitividad de los destinos turísticos en el territorio digital?, ¿cuáles son los medios digitales más relevantes para mejorar el posicionamiento de los destinos y las empresas que prestan servicios turísticos?, ¿se reflejan los cambios que ocurren en el territorio digital en las comunicaciones digitales que realizan las organizaciones turísticas tanto públicas como privadas?

Palabras clave: competitividad destinos turísticos territorio digital

⁶⁴ Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Argentina: claudiatorosscorians@gmail.com

⁶⁵ Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Argentina: carlospinosafatu@gmail.com

⁶⁶ Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Argentina: mancinimarcelo59@gmail.com

⁶⁷ Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Argentina: economiamartinherrero@gmail.com

LA CULTURA COMO FUENTE DE INNOVACIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS.

ABELARDO JAVIER LEFIMAN PICHIHUECHE⁶⁸

Resumen

Las cifras mundiales muestran un crecimiento constante en los viajes con fines turísticos, abriéndose nuevos nichos de desarrollo turístico como es, por ejemplo, el turismo indígena. El presente trabajo aborda la tensión que se genera entre el capitalismo, como modelo hegemónico actual y el deseo de los habitantes de un territorio por regenerar su cultura dañada y promoverla con orgullo al mundo. En este sentido, se presentará estrategias aplicadas en distintos territorios de la región de la Araucanía, bajo el concepto de "Industria del Turismo Mapuche", en un proceso paulatino y constante, iniciado el año 2014. Desde esa fecha hasta la actualidad se ha logrado hacer más competitivo el trabajo de los emprendimientos turísticos mapuche, resolviendo brechas de carácter técnico, legal y de gestión, sumado a la regeneración de elementos culturales dañados y fortaleciendo, a través del turismo, otros elementos culturales que han permitido diseñar productos turísticos innovadores, cuyo valor central está en el relato cultural asociado a los distintos servicios (Alojamientos, gastronomía, actividades recreativas y souvenir cultural). El gran desafío ha sido la fusión armónica entre mercado y cultura.

Palabras Claves: Innovación, estrategias, industria turística mapuche.

⁶⁸ SOCIEDAD DE TURISMO MAPUCHE A.G. y KIMUNET GESTIÓN EMPRESARIAL (Gerente)
director.ejecutivo@comerciomapucho.cl javierlefiman@kimunet.cl

TURISMO DE REUNIONES: UNA ESTRATEGIA DE INNOVACION PARA LA DIVERSIFICACION DE LA OFERTA DE PRODUCTOS TURISTICOS EN LOS CABOS B.C.S MEXICO

Dra. Angélica Montaña Armendáriz

Universidad Autónoma de Baja California Sur- México:

amontano@uabcs.mx

M.C. Juan Carlos Pérez Concha

Universidad Autónoma de Baja California Sur- México:

jperez@uabcs.mx

Lic. Reyna Yanell Rivera Rodríguez

Universidad Autónoma de Baja California Sur- México:

rerivera@uabcs.mx

Resumen

El turismo de reuniones ha cobrado interés a nivel internacional, siendo objeto de estudio por su importancia económica y social en los destinos turísticos que lo ofrecen. Este tipo de eventos, además de servir como promotor, propicia la derrama económica y un efecto multiplicador en las inversiones. Los Cabos -como destino de excelencia y premium en el segmento de sol y playa- cuenta con tres factores para competir en esta tipología de turismo: disponibilidad de centros de convenciones, mega resorts y conectividad aérea. El objetivo de este trabajo es analizar las características y viabilidad del turismo de reuniones en Los Cabos, con base en la identificación y capacidad de la infraestructura y la posición de los actores involucrados en este producto. La investigación se realizó a partir de un diseño transversal, exploratorio y descriptivo, mediante la técnica cualitativa de entrevistas focalizadas a los principales actores del desarrollo turístico en el área de estudio. Los resultados permiten valorar la existencia de potencial para turismo de reuniones; identifican la dinámica relacional de los actores locales y plantean la necesidad de diseñar un modelo de gestión a partir de la teoría de los stakeholders que favorezca la competitividad del segmento turístico analizado.

Palabras clave: Turismo de Reuniones; Diversificación del Turismo; Los Cabos.

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS PLATAFORMAS DE ALOJAMIENTO AIRBNB, BOOKING Y EXPEDIA EN CUENCA (ECUADOR)

Silvana Astudillo⁶⁹
Ana Serrano⁷⁰
Vanessa Riera⁷¹
Wilson Sánchez⁷²

Resumen

El presente artículo compara los servicios, las tarifas y la valoración de los establecimientos que ofrecen el alquiler de alojamiento en las plataformas Airbnb, Booking y Expedia en la ciudad de Cuenca (Ecuador). Para la investigación se analizó la información de los sitios *web* y para la comparación se aplicó el test estadístico de análisis de la varianza ANOVA. Los resultados manifiestan que existe diferencia estadística en los promedios de los servicios y las tarifas en las tres plataformas y las medias son iguales en la valoración de los huéspedes.

Palabras Clave: intermediarios, servicio, tarifas, valoración

⁶⁹ Doctora en Ciencias de la Administración. Universidad de Cuenca, Email: silvana.astudillo@ucuenca.edu.ec

⁷⁰ Magister en Comunicación y Marketing. Universidad de Cuenca, Email: ana.serrano@ucuenca.edu.ec

⁷¹ Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Email: vanessa.riera@ucuenca.edu.ec

⁷² Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, email: xavier.sanchez@ucuenca.edu.ec

RIQUEZA ARQUEOLÓGICA DEL ESTADO DE NAYARIT, MÉXICO: ¿UN LEGADO POR APROVECHAR COMO TURISMO ALTERNATIVO?

Dr. Antonio Romualdo Márquez González⁷³

Dr. Héctor Ramón Ramírez Partida⁷⁴

Dr. Rodrigo Espinoza Sánchez⁷⁵

Resumen

El dinamismo de la actividad turística continúa creciendo y al parecer no tiene límites para ello. En este mundo global los aspectos locales si bien son importantes, para países como el nuestro, existen posiciones en extremo contrastantes, en donde se habla abiertamente de prosperidad dentro de comunidades o regiones con numerosas precariedades añejas. El caso nayarita es un fenómeno que no se ha abordado íntegramente, no obstante que desde la década de los años setenta se ha promovido el desarrollo de la actividad turística principalmente en su costa del Pacífico mexicano. Dicho proceso transformador ha impactado negativamente a los espacios naturales y con ello los propios sociales, continúan los eventos en donde primeramente son considerados los aspectos económicos y políticos y, en segundo término, los ambientales y culturales. Se conoce parcialmente de aquellos espacios costeros y considerados como rurales incluirlos en los procesos de desarrollo, principalmente económico y el turismo es el factor potencial. El espacio de análisis son los cinco municipios costeros nayaritas, en donde se han encontrado espacios con vestigios arqueológicos y escasos estudios con el componente turístico, con un total de 469 sitios, mientras que toda la entidad cuenta con un inventario de 842 sitios arqueológicos registrados, ello representa el 55.7%.

Palabras clave: Turismo alternativo, sitios arqueológicos, estado de Nayarit, México.

⁷³ Unidad Académica de Economía. Universidad Autónoma de Nayarit. Ciudad de la Cultura s/n. Colonia Centro. C.P. 63000. Tepic, Nayarit, México. amargon60@gmail.com antonio.marquez@uan.edu.mx

⁷⁴ Unidad Académica de Economía de la Universidad Autónoma de Nayarit. Ciudad de la Cultura s/n. Colonia Centro. C.P. 63000. Tepic, Nayarit, México. hector_2093@hotmail.com

⁷⁵ Centro Universitario de la Costa, Puerto Vallarta de la Universidad de Guadalajara. Av. Universidad 203, C.P. 48280. Delegación Ixtapa, Puerto Vallarta, Jalisco, México. rodrigo@cuc.udg.mx

CICLOPISTA SOLAR DURÁN-SANTAY-GUAYAQUIL CPS-DSG, COMO PROPUESTA DE TURISMO SOSTENIBLE INTELIGENTE, PARA EL ÁREA DE INFLUENCIA DE LA ISLA SANTAY.

MgSc. Gorki Aguirre Torres⁷⁶
Ing. Carlos Cabrera Noboa⁷⁷

Resumen

La investigación propone al área de influencia de la Isla Santay (atractivo turístico y área protegida) una fórmula de aplicación de Desarrollo Sostenible con enfoque del Paradigma del Turismo Sostenible Inteligente, estableciéndoselo para el efecto y como tal al proyecto "Ciclopista Solar Durán-Santay-Guayaquil CPS-DSG" (ciclo pista dentro de un túnel traslucido implementada con tecnología sostenible) demostrando la investigación las características de sostenibilidad del producto propuesto, evidenciando aportes en relación al Turismo sostenible inteligente con accionar ecológico, alternativo tecnológico, movilidad limpia, descontaminación ambiental, producción de energía fotovoltaica, instaurando un modelo de aire acondicionado ecológico interno (intercambiador de temperatura a base de agua del río), transporte alternativo, cultura ciclística, gobernanza comunitaria e interinstitucional; entre otros aspectos investigados bajo el enfoque del diseño experimental, fenomenológico con estudio prospectivo, la metodología de la investigación científica y estudio de casos, con el método mixto cuali-cuantitativo, ayudados por la observación científica In Situ y herramientas empíricas de recolección de datos, aplicando el muestreo no probabilística intencional, que llevó a establecer como afirmativa la hipótesis planteada "El proyecto CPS-SDG es una propuesta de Desarrollo Turístico Sostenible Inteligente positiva para el área de influencia de la Isla Santay" concluyendo que puede también ser aplicada a diferentes áreas, calificándosela para obtención de bonos de carbono, presentando interés en apoyo e inversión internacional y nacional.

Palabras clave: Sostenibilidad; Desarrollo sostenible; ODS; Turismo sostenible; Turismo Inteligente

⁷⁶ Departamento de investigación Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Ecuador.
gorki.aguirre@yahoo.com

⁷⁷ Centro de Investigación particular Ecotrueque Ecuador. ecotrueque1@gmail.com

DINAMIZACIÓN DEL SISTEMA DE INNOVACIÓN DEL VALLE DE HUYRO-CUSCO COMO DESTINO ECOTURÍSTICO: UNA DISCUSIÓN CONCEPTUAL

Mg. Bernardo Alayza⁷⁸
Mg. Miguel Hadzich⁷⁹
PhD Úrsula Harman⁸⁰
Ing. Víctor Ramos⁸¹

Resumen

El ecoturismo se constituye en una gran oportunidad para el Perú no solamente para la conservación de la gran riqueza de flora y fauna existente sino también para la dinamización de diversos actores que pueden participar en sector para propiciar su propio bienestar, inclusión social y desarrollo sostenible. El fomento de la innovación para el ecoturismo sostenible resulta clave tanto para la creación de iniciativas de largo alcance que alienten a la conservación del medio ambiente, la generación de nuevas capacidades a nivel de tecnologías y servicios que originen nuevos ingresos; así como para la extensión de valores sociales y culturales que signifiquen una oportunidad de desarrollo sostenible. Huyro ubicado en el distrito de Huayopata, provincia de La Convención, Cusco Perú es un valle que posee una gran riqueza ecológica y biodiversidad. Desde una perspectiva de fomento a la innovación para el ecoturismo, Huyro se constituye en un escenario que puede configurar nuevas prácticas, nuevas formas de conocimiento, así como la creación de servicios innovadores acorde a las potencialidades del entorno. Sin embargo, en Cusco, las estrategias emprendidas vinculadas al sector (eco) turismo no han alcanzado el impacto esperado. Pues, a pesar del gran potencial de recursos naturales, paisajísticos, históricos, etc.; estos no han sido utilizados de manera adecuada y ni articulada, restringiendo oportunidades de desarrollo sobre todo en las poblaciones más vulnerables. El presente artículo discute el concepto de innovación para el ecoturismo sostenible como una perspectiva de desarrollo que contribuya a dinamizar el sistema de innovación en Huyro Cusco, Perú.

Palabras clave: Sistemas de Innovación, Ecoturismo, Sostenibilidad, Huyro Cusco – Perú.

⁷⁸ Grupo de Apoyo al Sector Rural, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. alayza@pucp.edu.pe

⁷⁹ Grupo de Apoyo al Sector Rural, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. mhadzic@pucp.edu.pe

⁸⁰ Grupo de Apoyo al Sector Rural, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. u.harman@pucp.pe

⁸¹ Grupo de Apoyo al Sector Rural, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. victor.ramosa@pucp.pe

TURISMO GASTRONÓMICO INDÍGENA UNA INNOVACIÓN NECESARIA

Dr. Claudio Briceño Olivera⁸²
Dr. Julio Cesar Tereucan Angulo

Resumen

La estrategia nacional de turismo de Chile para el período 2012 – 2020 señala que el turismo es el principal promotor de la conservación del medio ambiente y del patrimonio y la identidad cultural de las comunidades, elementos que constituyen su materia prima y fundamentan su enorme atractivo, y define como uno de los ejes de desarrollo prioritarios a los pueblos indígenas del país, contemplando el desarrollo de nuevas e innovadoras experiencias turísticas, que consideren elementos culturales e identitarios. La gastronomía es uno de los nuevos productos turísticos que ha ganado mayor dimensión en los últimos tiempos. Es más, cuando se habla de gastronomía, no se entiende únicamente el conjunto de alimentos o platos típicos de una localidad, sino que se abarca un concepto mucho más amplio que incluye las bebidas, costumbres alimentarias, tradiciones.

Este trabajo se desarrolla en función de una revisión inicial a las conceptualizaciones acerca del turismo indígena que permita generar un marco teórico de base, para continuar con una mirada a lo gastronómico como eje de la nueva oferta turística indígena y concluir con un análisis crítico a las actuales condiciones de la oferta turística indígena en lo culinario y sus principales desafíos para convertirse en una alternativa, no sólo a nivel económico, sino también como un aspecto dinamizador de la cultura y la identidad de los territorios. Los datos provienen del análisis documental realizado, y de los datos de campo en el marco de los proyectos de turismo desarrollados por el Centro de Investigaciones Territoriales de la Universidad de La Frontera

Palabras Claves: Turismo – Pueblos originarios – gastronomía – Chile

⁸² Centro de Investigaciones territoriales, Universidad de La frontera. claudio.briceno@ufrontera.cl

TURISMO DE INTERESES ESPECIALES: POTENCIALIDADES DE DESARROLLO ECONÓMICO PRODUCTIVO PARA LOS SECTORES DE LLANQUÉN Y RANQUIL EN LA COMUNA DE LONQUIMAY, REGIÓN DE LA ARAUCANÍA – CHILE

Gustavo Aravena Paillalef⁸³

Resumen

La Comuna de Lonquimay, localizada en la Región de La Araucanía en Chile, presenta gran diversidad de recursos naturales expresada en bosques nativos, aguas termales, volcanes, montañas, cultura local, ecosistemas productivos de montaña y otros. Todo ello proporciona potencial turístico, reconociendo así el turismo de intereses especiales como un medio de desarrollo válido para zonas agroecológicamente frágiles, y que presenta oportunidades para la agricultura familiar campesina. La investigación tuvo como objetivo evaluar las potencialidades del turismo de intereses especiales en la Comuna de Lonquimay, como alternativa de desarrollo económico productivo. Se aplicaron encuestas en los sectores de Llanquén y Ranquil, entrevistas a informantes calificados, revisión de documentación atinente a la temática en los sectores estudiados. Como resultados se puede evidenciar falencias en componentes básicos para el desarrollo del turismo en aspectos tales como presencia y calidad de hospedajes, oferta de actividades, servicios básicos, promoción de actividades turísticas, conectividad, gestión de riesgos, estacionalidad, falta de coordinación en la institucionalidad pública y la empresa privada entre otros. Se plantean propuestas para mejorar cualitativamente la actual oferta turística y eventualmente incrementar la misma, así como superar algunas deficiencias detectadas en relación al manejo del ecosistema natural como es el caso de la extracción de los productos forestales no maderables y las problemáticas asociadas a la mantención de la biodiversidad local en general.

Palabras clave: turismo, desarrollo, ecosistemas

⁸³ Departamento de Producción Agropecuaria. Universidad de La Frontera. Temuco – Chile
gustavo.aravena@ufrontera.cl

PROPUESTA DE UNA RUTA TURÍSTICA PAISAJISTA, PARA LA ZONA NORTE NORTE, EN GUANACASTE, COSTA RICA

Alex Dávila Romero⁸⁴

Guisselle Alvarado

M.B.A. Yessenia Maritza López García⁸⁵

Resumen

Históricamente la Zona Norte Norte ZNN, ubicada en la provincia de Alajuela, en Costa Rica, se ha dedicado a la producción agrícola de sus fértiles tierras, no obstante, las políticas económicas de los últimos gobiernos han favorecido la creación de grandes empresas de capital nacional y extranjero, explotando las plantaciones de monocultivos tal es el caso de la piña, que ha logrado ingresar a los supermercados estadounidenses, utilizando para su producción mano de obra nacional y migrante del país del norte.

Los pobladores, por sus carencias de estudios escolares, con edades avanzadas y sus condiciones culturales y sociales, no son considerados por estos empresarios al considerarlos no aptos para las largas jornadas laborales, teniendo que dedicarse a la producción de algunos productos agrícolas para consumo familiar en los espacios de tierra que les quedan, ya que se han visto obligados a vender o alquilar sus tierras.

Esta región, tiene grandes riquezas turísticas por sus condiciones geográficas y ecológica, son lugares paradisiacos únicos y es importante apoyar la conservación de la autenticidad del paisaje regional e igualmente se generen fuentes de ingresos en los pueblos aledaños a la misma.

Entre los lugares que formarían parte de la ruta turística que se propone, para apreciar el paisaje único de esta zona privilegiada del país, relacionado con la representación artístico-pictográfica de la región, se encuentran el Refugio Nacional de Vida Silvestre Caño Negro, Parque Nacional Volcán Tenorio con la Catarata de Río Celeste, Humedales de Medio Queso, la cuenca baja y navegable del Río Frio, Catarata el Santuario en Dos Ríos de Upala, el Centro ecológico Maleku y el Cementerio Indígena. Esta iniciativa tiene como principal objetivo colaborar con los organismos encargados del desarrollo turístico del territorio norte para implementar la ruta generando ingresos para los pobladores, la posibilidad de realizar encadenamientos productivos entre los diferentes actores como gobiernos locales, instituciones educativas, empresas públicas y privadas y ciudadanos e inclusive se conviertan estos espacios en modelos turísticos que visiten los estudiantes de las carreras de Turismo de las universidades para que vivencien las teorías que son abordadas en los espacios auténticos y presentadas por autores de otras latitudes.

Palabras claves: Ruta turística, Zona Norte Norte, Turismo paisajista, Productos turísticos.

⁸⁴ Sede Regional Chorotega. Universidad Nacional de Costa Rica alex.davila.romero@una.cr

⁸⁵ Universidad Estatal a Distancia. Académicos Investigadores

5

TURISMO EN ESPACIOS URBANOS Y RURALES

TURISMO COMUNITARIO COMO ESTRATEGÍA DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA EN LA COMUNIDAD DE SAN ANTONIO, BAJA CALIFORNIA SUR

M.A.E. Javier Alberto Arce Meza⁸⁶
Dr. Alberto Francisco Torres García⁸⁷
Dr. Gustavo Rodolfo Cruz Chávez⁸⁸

Resumen

En las últimas décadas el turismo ha experimentado un crecimiento exponencial; su diversificación ha sido clave tanto para la consolidación de los mercados como para la conservación del medio ambiente y la promoción del desarrollo. Precisamente, los viajes relacionados con la naturaleza y la cultura se han posicionado como una modalidad dentro de las actividades rurales, donde el visitante interactúa con el sitio para conocer más de su historia y patrimonio. Como una actividad específica, el senderismo ha adquirido relevancia para pequeñas comunidades al brindarles, en algunos casos, la oportunidad de capacitarse e insertarse favorablemente en la dinámica del turismo.

En el presente trabajo se desarrollará una estrategia para promover el turismo comunitario en San Antonio, Baja California Sur. Teniendo como objetivo la reactivación económica de la localidad, y tras una revisión teórico-conceptual, en un primer apartado se identificarán los puntos de interés histórico, cultural y natural representativos. En la segunda sección, tomando en consideración a los actores claves, se definirá el sendero por el cual se ha de guiar al turista. Finalmente, se establecerán recomendaciones para implementar la estrategia que promueva la reactivación económica y, al mismo tiempo, permita a la comunidad preservar sus costumbres, creencias y rasgos distintivos.

Palabras clave: Turismo, Turismo comunitario, Senderismo, Estrategia.

⁸⁶ Departamento Académico de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. jarce@uabcs.mx

⁸⁷ Departamento Académico de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. atorresg@uabcs.mx

⁸⁸ Departamento Académico de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. gcruz@uabcs.mx

TURISMO RURAL COMUNITARIO COMO DINAMIZADOR ECONÓMICO EN RÍO SECO DE SANTA CRUZ, GUANACASTE.

Evelyn Yazmin Gómez Pérez.⁸⁹

Resumen.

Este trabajo tuvo como objetivo principal investigar si la comunidad de Río Seco perteneciente al cantón de Santa Cruz, Guanacaste, tiene los aspectos fundamentales para poder desarrollar y ofrecer actividades turísticas de carácter rural comunitario, a través de la investigación que se fundamenta en cuáles son las bases clave para el emprendimiento de actividades de turismo rural comunitario, en conjunto con el análisis de cuáles son los elementos necesarios del sistema turístico que se complementan para ofrecer un producto turístico, esto con la finalidad de hacer conciencia de que a través de este tipo de turismo los habitantes pueden generar una fuente de ingreso extra mediante la conservación de sus tradiciones.

Palabras clave: Turismo Rural Comunitario, desarrollo económico local, comunidad local, Río Seco.

⁸⁹ Estudiante de pregrado de la carrera Gestión Empresarial de Turismo Sostenible, Universidad Nacional de Costa Rica, Sede Chorotega, Guanacaste. Yazgomz96@gmail.com/ evelyn.gomez.perez@est.una.ac.cr

RELACIONES TURISMO DE MEMORIA, EL CASO DE NICOLÁS NEIRA

Giovanny Araque Suárez⁹⁰

Resumen

El artículo aborda las relaciones que se tejen entre turismo y memoria en el lugar en donde fue asesinado Nicolás Neira -un crimen por el que fue hallado responsable el estado colombiano- como lugar conmemorativo, el cual hace parte de una memoria no oficial del acontecimiento. El texto se enmarca en los estudios sobre lo que se viene consolidando en el sector turístico desde hace menos de un lustro como "turismo de memoria", en esa dirección, aporta elementos teóricos se presentan posibilidades, límites, riesgos y en general problemáticas de esta relación, la cual ocurre en una sociedad en proceso de transición. Finalmente se presentan las conclusiones del artículo.

Palabras clave: Turismo, memoria

MARICHIWEW: AL RESCATE DEL PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE PURÉN. REGIÓN DE LA ARAUCANÍA, CHILE

Dr. José Marcelo Bravo Sánchez⁹¹
Mg. Bruno Perelli Soto⁹²
Mg. Ruddy Zúñiga Oetiker⁹³
Anastasia Campan Gnecco⁹⁴

Resumen

Dentro de los diversos factores que sustentan al turismo urbano, la variable cultural es la más respetable ante el conjunto de la sociedad y lo distingue del turismo de masa (Voilier y Zárate, 2007). Ella incluye, la visita a monumentos, museos, asistir espectáculos y eventos, o simplemente dejarse imbuir por el patrimonio local (saberes, hábitos y experiencias), sobre todo con lo vinculado con el patrimonio histórico-monumental, la cultura popular tradicional y el artístico, construido por la producción simbólica escrita y visual en el espacio urbano. Ello, genera movilidad al interior de una ciudad, y análogamente, forma parte, en menor medida, de las actividades recreativas de la población residente (Clavé, 2004).

En este sentido, la ciudad de Purén (Región de la Araucanía), en las últimas dos décadas ha generado un turismo urbano inspirado en su historia local, arquitectura vernácula, tradiciones, personajes y cultura mapuche; materializados en diferentes espacios comunitarios emplazados en esta urbe sureña, al servicio tanto para el visitante como para el oriundo. Al interior de este centro urbano, destacan tres atractivos turísticos, los cuales son su Plaza de Armas, el Parque Histórico Fuerte Purén, y el Museo Histórico Purenino, que se han consolidado en la memoria colectiva purenina.

Palabras clave: Turismo urbano; patrimonio purenino; cultura mapuche; lugares históricos.

91 Instituto de Historia y Patrimonio. Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Universidad de Chile. mbravo@uchilefau.cl.

92 Departamento de Diseño Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Universidad de Chile. bperelli@uchilefau.cl.

93 Alumno de Magister en Gestión Cultural. Facultad de Artes. Universidad de Chile. rzoetiker@gmail.com

94 Alumna Escuela de Arquitectura. Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Universidad de Chile. campananastasia@gmail.com

EL TURISMO Y DESARROLLO LOCAL: PRINCIPALES RETOS Y OPORTUNIDADES PARA EL RESCATE DEL PATRIMONIO CULTURAL EN SANTA CRUZ, GUANACASTE, COSTA RICA

José Barrantes⁹⁵
Joseph García

Resumen

La dinámica turística de Costa Rica a lo largo de su evolución ha tenido un enfoque principalmente ecoturístico, lo cual ha logrado posicionar al país como uno de los mejores destinos por su riqueza natural. Sin embargo, durante los últimos años la tendencia del turismo rural/rural comunitario, ha obligado a los destinos a recuperar elementos relacionados al patrimonio cultural e histórico, como parte de los recursos que conforman parte de la construcción de las experiencias turísticas.

El objetivo de este documento es presentar un análisis sobre los principales retos y oportunidades que existen para el rescate del patrimonio cultural como recurso turístico, que permita diversificar y potenciar la oferta turística del cantón de Santa Cruz, centrándose en elementos de gestión turística, institucionalidad y procesos participación local.

La información presentada fue recopilada por fuentes tanto primarias como secundarias, generadas en procesos de acompañamiento a organizaciones de desarrollo local que han querido incursionar en la actividad turística y de paso recuperar el patrimonio cultural de Santa Cruz. Estos procesos se han desarrollado en el marco del curso planificación de espacio turístico, de la carrera Gestión empresarial del turismo sostenible de la Universidad Nacional, Campus Nicoya; proceso que ha vinculado estudiantes con el seguimiento del académico.

Palabras clave: Turismo, rural, local, cultura, patrimonio.

⁹⁵ Académico. UNA-Sede Regional Chorotega jose.barrantes.ortega@una.cr

DESARROLLO DE PEQUEÑOS DESTINOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE SU PATRIMONIO. CASO DE ESTUDIO: TURISMO RURAL GASTRONÓMICO EN TOMÁS JOFRÉ, PROVINCIA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

Lic. María del Rosario Conde⁹⁶
Dra. Daniela Thiel Ellul⁹⁷

Resumen

El patrimonio ha tenido siempre un rol fundamental para el turismo. Su creciente reconocimiento ha contribuido a la expansión y diversificación del sector. Esto le ha dado la posibilidad a muchos destinos de ser parte de esta actividad.

Una modalidad que ha crecido en las últimas décadas es el turismo rural y dado que Argentina cuenta con 2.500 pueblos, tiene mucho potencial. Por ello, el presente trabajo se enmarca en la línea que pretende investigar el turismo en pequeños destinos que promueven su patrimonio. En concreto se analiza el caso de Tomás Jofré, un pueblo de 200 habitantes donde la gastronomía local ha impulsado esta actividad.

El objetivo de la investigación es estudiar la evolución del turismo en Tomás Jofré desde la perspectiva de su oferta gastronómica. La metodología utilizada consiste en la recopilación de información a través de fuentes primarias (trabajo de campo, entrevistas) y secundarias (entes oficiales, investigaciones, artículos académicos). Los principales resultados reflejan que hubo un notable crecimiento en la oferta gastronómica y la afluencia de visitantes, y esto ha repercutido en la región. También se advierten percepciones diferentes acerca de la situación actual y futura del destino por parte de los responsables de los establecimientos.

Palabras clave: turismo, patrimonio, desarrollo local, turismo gastronómico, espacios rurales.

⁹⁶Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo - Escuela de Economía y Negocios - Universidad Nacional de San Martín, Argentina. mconde@unsam.edu.ar

⁹⁷Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo, Escuela de Economía y Negocios - Universidad Nacional de San Martín, Argentina. daniela.thielellul@unsam.edu.ar

MODELO DE INTERVENCION INTEGRAL PARA EL MEJORAMIENTO COMPETITIVO DE EMPRENDIMIENTOS DE TURISMO RURAL: CASO HUALAIHUÉ - COCHAMÓ

Mtr. Marcel Sorhaburu A. ⁽¹⁾
Ldo. María Rebolledo J. ⁽²⁾

Resumen

La inserción del Turismo Rural en Chile significó una inmensa transformación social para muchas familias campesinas que pasaron de la producción de bienes primarios a elaborar un intangible cuya oferta implica mayores niveles de complejidad.

A pesar que las primeras experiencias surgen espontáneamente a inicios de la década de 1980, sólo en la segunda mitad de los 90 comienza un proceso de desarrollo más estructurado y es en este período que el turismo rural pasa a convertirse en objeto de políticas públicas, recibiendo apoyo de instituciones gubernamentales con programas de financiamiento, asistencia técnica, capacitación y otras modalidades de fomento productivo.

Este proceso ha sido capaz de generar una oferta relativamente organizada en todo el territorio nacional, por lo cual los desafíos futuros difieren notablemente de los énfasis que se dieron en décadas anteriores, debiéndose orientar los esfuerzos hacia la consolidación más bien que a la creación de nuevos emprendimientos.

La consolidación implica, además de la formalización de establecimientos, la incorporación de una serie de capacidades que permitan a los emprendedores competir y desarrollarse en un mercado complejo, exigente y dinámico, para lo cual se ha elaborado un modelo de intervención integral para el mejoramiento competitivo de iniciativas de turismo rural.

Palabras Clave: Turismo Rural; Competitividad; Emprendimientos; Mejoramiento

IMPACTOS DEL TURISMO RURAL EN EL DESARROLLO LOCAL: UNA VALORACIÓN EN LA ISLA DE LA PALMA BAJO LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Dra. Ana María Morales Hernández⁹⁸
Dr. Carlos Fernández Hernández⁹⁹

Resumen

El turismo rural ha sido una actividad con un destacado papel en la dinamización del medio rural contribuyendo a su diversificación y plurifuncionalidad. Los modos en que es entendido y desarrollada su implantación en el territorio no es común a todos los lugares, dependiendo de los objetivos, las características de la población, los recursos y la infraestructura y equipamientos con que cada uno cuenta.

Los diversos impactos positivos que ocasiona son frecuentemente expuestos en la planificación turística como aspectos relevantes a considerar y a menudo son la justificación principal de los desarrollos pretendidos. Sin embargo, también deben ser considerados los impactos negativos que tal actividad trae consigo y el modo de gestión que contribuya a minorarlos.

El presente trabajo aborda los impactos económicos y socioculturales que el turismo rural genera en el desarrollo local de los territorios en el que se asienta, teniendo en cuenta la distinta percepción de mujeres y hombres. El trabajo consiste en la revisión de la literatura específica, a fin de observar la naturaleza de los impactos, identificarlos y diferenciar entre los positivos y los negativos. Un trabajo empírico contextualizado en la isla de La Palma (Islas Canarias – España), evalúa los impactos económicos y socioculturales que el turismo rural ha tenido en el destino, donde se ha comparado la opinión diferenciada por género de las personas promotoras de turismo rural. Como resultado principal no se aprecian valoraciones diferentes por razón de género sobre los impactos que el turismo rural ocasiona, siendo solo la evaluación de la contribución que tiene para evitar el éxodo rural el que marca una diferencia entre mujeres y hombres promotores del turismo rural.

Palabras clave: Turismo rural, desarrollo local, impactos, género, La Palma.

⁹⁸ Programa de Doctorado Desarrollo Regional, Formación y Empleo, Universidad de La Laguna, España. ana.morales.hdez@gmail.com.

⁹⁹ Departamento de Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos, Universidad de La Laguna, España. cferher@ull.es.

SANTA FE DE ANTIOQUIA (COLOMBIA), ¿DESTINO DE POSTURISTAS O DE TURISTAS DE MASAS? ANÁLISIS SOBRE LAS IMPLICACIONES TERRITORIALES DE SUS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

Magister Elkin Argiro Muñoz Arroyave¹⁰⁰

Resumen

Santa fe de Antioquia es un municipio ubicado a una hora de distancia de Medellín. Cuenta con un clima cálido, una historia colonial y unos atractivos naturales que lo definen como un destino turístico regional y nacional. La construcción y ampliación de vías en los últimos años entre Medellín y Santa Fe ha permitido que este último sea destino tanto para turistas regionales como extranjeros que visitan Medellín. La atracción de ambos tipos de turistas demarca la creación de productos turísticos diferenciados, por un lado, los turistas regionales buscan un destino de sol, mientras los extranjeros un destino histórico, cultural y ecológico. Así, la ponencia busca analizar las transformaciones territoriales observadas en el municipio por la confluencia de un turismo urbano basado en la arquitectura histórica y uno rural que construye fincas de recreo, condominios y urbanizaciones en zonas tradicionalmente utilizadas para la actividad agropecuaria. Se utiliza una metodología cualitativa, con instrumentos como la observación participante, entrevistas y encuestas. Se concluye que las formas de manifestación del turismo en Santa Fe están provocando transformaciones territoriales que afectan a los residentes, debido a la competencia por los espacios y recursos que se ha creado entre lo que se podría llamar un turismo urbano y uno rural.

Palabras clave: turismo urbano; turismo rural; metropolización; territorio; estetización.

¹⁰⁰ Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Grupo de Investigación en Estudios Internacionales: Tecnológico de Antioquia: Colombia. elkin.munoz@tdea.edu.co

¿INTEGRACIÓN SOCIAL Y TERRITORIAL EN CIUDADES FLUVIALES, MARINAS Y LACUSTRES? EFECTOS ESPACIALES EN LAS VIVIENDAS SUBSIDIADAS LITORALES (2000-2018)

Rodrigo Hidalgo¹⁰¹
Laura Rodríguez¹⁰²
Federico Arenas¹⁰³
Voltaire Alvarado¹⁰⁴

Resumen

La expansión turística en ciudades lacustres, fluviales y marinas ha sido esencial en el sostenimiento de las economías locales. La aun limitada presencia de una industria transnacional del ocio y amenidad en los frentes de agua chilenos ha permitido, bajo procesos y resultados diversos, que las economías locales capturen los recursos invertidos por turistas nacionales e internacionales.

Junto al progreso de estas actividades, en las ciudades de La Serena, Valdivia y Villarrica, el impulso a la vivienda subsidiada ha incrementado las alternativas para residencias permanentes, estatuyéndose recientes subsidios dedicados a la integración social y territorial, con proyectos inmobiliarios que tienden a abandonar, tanto en diseño como en valor, la perspectiva histórica respecto a las viviendas sociales de provisión o financiamientos fiscal.

Las transformaciones del paisaje urbano, emergentes de las nuevas políticas de subsidios, impactan en la formación de un entorno turístico próspero a la vista de quienes disfrutan de sus amenidades. Sin embargo, ¿ha sido efectiva la integración social y territorial en las ciudades mencionadas?, ¿existe una diferenciación geográfica que deba ser reclasificada desde su condición de sitio y emplazamiento?

A partir de la recopilación de datos de subsidios habitacionales ejecutados en La Serena, Valdivia y Villarrica para el periodo entre 2000 y 2018, se propone un ejercicio comparativo entre el avance inmobiliario de estas viviendas, su situación frente a los frentes de agua señalados y la eventual integración que acontecería, en menor o mayor grado, de la mano con el impulso turístico durante el mismo periodo. Se problematizará el concepto de integración que exponen los instrumentos subsidiarios, a partir de las posibles limitaciones y resultados existentes frente a la ejecución de estas políticas.

Palabras clave: integración subsidiaria, ciudades fluviales, marinas y lacustres, turismo y desarrollo urbano local.

¹⁰¹ Instituto de Geografía, Pontificia Universidad Católica de Chile. Email: rhidalqd@uc.cl

¹⁰² Instituto de Arte y Arquitectura, Universidad Austral de Chile. Email: lrodrigeocultural@gmail.com

¹⁰³ Instituto de Geografía, Pontificia Universidad Católica de Chile. Email: farenasv@uc.cl

¹⁰⁴ Escuela de Geografía, Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Email: valvaradop@docentes.academia.cl

OPORTUNIDADES, DESAFÍOS Y AMENAZAS PARA EL TURISMO RURAL EN ARAUCANÍA ANDINA DESDE LA MIRADA DE LOS EMPRENDEDORES: ÁREA DE ESTUDIO, MELIPEUCO, REGIÓN DE LA ARAUCANÍA, CHILE

Alan Garín Contreras¹⁰⁵
Pablo Martínez Riquelme
Alejandro Espinosa Sepúlveda
Sandra Fernández Alberti

Resumen

La comuna de Melipeuco, inserta en lo que se ha denominado Araucanía Andina, posee significativos atributos turísticos de carácter natural, cultural e histórico, lo cual transforma a este espacio en una zona de gran potencial turístico. Debido a estas cualidades, se ha considerado que el turismo sea un factor de desarrollo territorial que permita mejorar las condiciones de vida de la población, para lo cual se han fomentado diversas iniciativas que permitan ir consolidando la actividad. En consideración a lo anterior, la investigación se orientó a conocer la percepción de los emprendedores turísticos sobre las oportunidades, desafíos y amenazas que han tenido para el desarrollo de su actividad. Para estos efectos, se aplicó la metodología cualitativa por medio de entrevistas semiestructuradas y análisis bibliográfico. Los principales resultados señalan la alta valoración que los emprendedores dan al territorio por las características que este presenta, que la actividad se puede transformar en un importante eje estratégico para el desarrollo, sus principales dificultades son su falta de asociatividad, una significativa informalidad y una alta dependencia del parque Nacional Conguillio.

Palabras clave: Araucanía Andina, Melipeuco, Turismo Rural, emprendedores turísticos.

¹⁰⁵ Departamento de Ciencias Forestales y Centro de Investigaciones Territoriales (CIT). Universidad de La Frontera. Temuco, Chile. alan.garin@ufrontera.cl

ESPACIOS PROTEGIDOS Y PAISAJES EN COSTA RICA: RELACIONES CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Dr. Carlos Morera Beita¹⁰⁶

Resumen

En Costa Rica, el desarrollo de la actividad turística se ha fundamentado en la calidad y uso de los atractivos naturales, que se encuentran preservados dentro de un sistema de espacios protegidos (SINAC) implementado a finales del siglo pasado, conservando el 25 % del territorio nacional y que durante las últimas décadas ha apostado por espacios de conectividad (Corredores biológicos) que protegen el 38 % del país. Dentro de estas áreas protegidas destacan los parques nacionales como la categoría de mayor relevancia en cuanto a superficie, calidad de recursos ecológicos así como facilidades para la visitación. Este artículo aborda los tipos de paisajes que preservan los parques nacionales, estableciendo una tipología con el objetivo de determinar cuáles paisajes son lo de mayor atracción para la visitación turística. Para lo anterior se selecciona el periodo 2000-2015, debido a que es el único que cuenta con datos consistentes para todos los parques. Se identifica la relevancia que presentan los paisajes geomorfológicos (Volcanes) y sol y playa, concentrando el 70%, del total de la visitación a los parques nacionales del país, siendo dos áreas protegidas costeras con espacios muy reducidos, que concentran las actividades turísticas, lo cual genera efectos adversos. Considerando la importancia de reducir los impactos negativos para no exceder los límites de la capacidad de carga de los espacios protegidos se recomienda establecer una estrategia que procure el uso turístico de otros parques así como el desarrollo de rutas turísticas en corredores biológicos como una fuente de ingresos económicos para los habitantes de estas áreas.

Palabras Claves: turismo en Costa Rica, conservación, espacios protegidos

¹⁰⁶ Profesor. Escuela de Ciencias Geográficas. Universidad Nacional-Costa Rica. Correo electrónico: cmorera@una.cr

UNA APROXIMACIÓN A LA TIPOLOGÍA DEL PAISAJE DEL NORTE NEUQUINO, PATAGONIA, ARGENTINA

Mónica Beatríz Gelós¹⁰⁷
Mariela Carolina Marzari
Walter Javier Gatica

Resumen

La presente ponencia aborda uno de los aspectos del proyecto de investigación "Patrimonio cultural del norte neuquino. Gestión de su acervo y posibilidades productivas" que se desarrolla en la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue, en la provincia del Neuquén, Argentina y es el que hace referencia específicamente al paisaje cultural del área de estudio. Así, el reflexionar sobre el sujeto del patrimonio (los individuos) nos lleva al concepto de *identidad*, cuyos rasgos podemos leer en la metamorfosis del paisaje que los contiene. Acostumbrado el ser humano a ver un poco más allá de lo superficial, la indagación sobre su devenir histórico coloca a la interpretación del paisaje en un lugar de relevancia. Es por ello que nos encontramos desarrollando una *tipología evolutiva* del territorio en estudio, que nos permite identificar claramente cada uno de los momentos de ocupación efectiva del mismo. En este sentido el norte neuquino, área fundante del Neuquén, constituye un importante atractor turístico en el que a partir del recupero y puesta en valor de diferentes actividades ancestrales (por ejemplo, la transhumancia) en forma conjunta entre el Ministerio de Turismo y las comunidades locales permiten identificar los sucesivos momentos de ocupación del espacio.

Palabras Claves: patrimonio cultural – identidad - paisaje

¹⁰⁷ Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Argentina monicagelos@gmail.com

TERRITORIO E IDENTIDAD DEL PAISAJE CULTURAL MUISCA EN LA PROVINCIA DE SUGAMUXI: UN ESCENARIO PATRIMONIAL DEL LEGADO ANCESTRAL DEL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ – COLOMBIA

Candidata a Doctor Mg. Francy Marizol Rojas Parra,
Clemente Alberto Alvarado Vivas¹⁰⁸

Resumen

La dinámica de un paisaje cultural en el mundo del turismo debe ser innovadora y privilegiar al visitante con nuevas experiencias en destinos cuya responsabilidad en el manejo de los atractivos genere escenarios de impactos positivos, de este modo, se conseguirá que el territorio y sus habitantes alcancen integridad medioambiental, social cultural y desarrollo económico sostenible. Por lo tanto el objetivo de esta investigación, es fortalecer la gestión de la identidad territorial del paisaje cultural como destino turístico sostenible en la Provincia de Sugamuxi en el departamento de Boyacá, siendo un elemento potencializador que atrae y asienta a un nuevo perfil de turista, el cual busca mayor contacto con el medioambiente, tanto natural como sociocultural, haciendo de los atractivos turísticos de la zona, una nueva forma de viajar, brindando la oportunidad de conocer muchos lugares poco de ellos explorados, así mismo, otorgando beneficios convergentes entre los visitantes y la comunidad local.

Palabras claves: Identidad; legado ancestral muisca; paisaje cultural, patrimonio, territorio.

¹⁰⁸ Universidad Pedagógica y Tecnológica De Colombia; francy.rojas@uptc.edu.co clemente.alvarado@uptc.edu.co

MARKETING URBANO, CIUDADES CREATIVAS Y TURISMO. ANÁLISIS TURÍSTICO DE LAS TRANSFORMACIONES URBANAS EN LA CIUDAD DE SANTA FE, PROVINCIA DE SANTA FE, ARGENTINA, DESDE EL AÑO 2004 HASTA EL 2017

Lic. Melisa Paola Picco¹⁰⁹

Resumen

Luego de la peor inundación de su historia en el año 2003, la ciudad de Santa Fe comenzó a presentar transformaciones urbanas, tal como lo hacen diversas urbes que se transforman, se reciclan y se embellecen para ser un mejor lugar para habitar y visitar. En efecto, muchos turistas demandan destinos que ofrezcan una vivencia integral mediante un espacio físico y social con determinadas características y calidades, que brinde una amalgama de valores ambientales, territoriales, sociales y culturales. La cultura, precisamente, es el vínculo entre los dos temas que se enlazan en este trabajo: el marketing urbano y las ciudades creativas desde la perspectiva de la gestión del turismo local.

Esta investigación cualitativa, de carácter exploratorio y descriptivo, se propone analizar las condiciones de postulación de la Ciudad de Santa Fe como Ciudad Creativa de la UNESCO a partir del estudio de sus estrategias de marketing urbano y su incidencia en el turismo receptivo. A tal fin, se emplearon las técnicas: investigación documental, observación no estructurada y entrevista personal.

Las dinámicas locales de renovación acontecidas en el período de estudio han sumado una serie de intervenciones urbanas que exponen el devenir de la ciudad bajo el concepto de marketing urbano. Tal período está marcado por los nuevos equipamientos y la reconversión de espacios obsoletos para atender el aumento y diversificación de demandas (salud, administración, educación, cultura, hotelería, recreación, comercio), abordados tanto desde la iniciativa estatal como privada. Al mismo tiempo, se aprecia el intenso trabajo llevado a cabo en materia de políticas culturales, reflejado, sobre todo, en el ámbito creativo del diseño.

En cuanto al desarrollo turístico local, la ciudad presenta activos que podrían aprovecharse para un turismo creativo.

Palabras clave: marketing urbano; ciudades creativas; turismo; turismo creativo; Santa Fe.

¹⁰⁹ Maestranda en período de tesis de la Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Provincia de Buenos Aires, Argentina. Correo electrónico: piccomelisa@gmail.com

6

FORMACIÓN DEL CAPITAL HUMANO EN TURISMO

RED IBEROAMERICANA DE INVESTIGADORES EN EDUCACIÓN SUPERIOR EN TURISMO (COODESTUR)

Marta Nel-lo Andreu y Alba Font Barnet¹¹⁰

Resumen

Des de su inicio, la educación superior en turismo ha aumentado considerablemente en Iberoamérica en los últimos tiempos alcanzando gran relevancia en el mercado y presentando una fuerte implantación y potencial a nivel territorial. De todas maneras, hay un cierto desconocimiento entre académicos, investigadores y profesionales sobre la oferta actual en materia de educación turística en América Latina y en España.

Este desconocimiento hace necesario la creación de una red que permita analizar la oferta de educación en turismo en los distintos países de Iberoamérica con la intención de abordar esta temática de manera integral y valorar la situación de la educación y formación turística de segundo y tercer ciclo así como poder comparar y conocer cada una de las características que conforman los planes de estudio.

COODESTUR tiene interés en analizar la oferta de educación superior en turismo en distintos países de Iberoamérica existente tanto en el ámbito público como en el privado, para valorar las diferentes estructuras así como los retos y oportunidades de la formación en esta disciplina mediante una visión integrada. Se estudiarán diferentes casos tanto a nivel local como regional con el propósito de conocer las realidades de la oferta formativa y encontrar la relación y el equilibrio entre las demandas educacionales con las necesidades del territorio. Por este motivo, la finalidad es crear una nueva red de trabajo internacional sobre la educación superior en turismo con los siguientes objetivos: 1) crear una red de trabajo multidisciplinar, dónde se transfiera conocimiento en la formación universitaria en turismo 2) identificar la oferta académica en turismo (segundo y tercer ciclo) de cada país integrante de la red 3) analizar las estructuras, contenidos y especializaciones de dichas ofertas académicas así como tendencias y cambios de evolución, 4) detectar y/o establecer los posibles vínculos entre las diferentes estrategias y modelos de desarrollo turístico de país con su oferta académica 5) compartir experiencias, mecanismos, estructuras y buenas prácticas 6) establecer espacios de encuentro y de posibles colaboraciones 7) presentar un informe final con los resultados. 8) convertirse en un referente internacional en la temática de educación superior en turismo.

¹¹⁰ Universitat Rovira y Virgili, Red COODTUR coodtur@urv.cat

**CURRÍCULO TRASCENDENTE Y DISRUPTIVO AL COMPÁS DE
LOS CAMBIOS Y LAS TENDENCIAS DEL TURISMO.
HUMANISMO VS. INTELIGENCIA ARTIFICIAL. RETOS Y
RESPUESTAS DE LA ACADEMIA AL NUEVO TURISMO.**

Prof. Msc. José Gregorio Angulo Rodrigues.
Universidad del Turismo. Costa Rica.
gregorioangulo@hotmail.com

Resumen

El trabajo se centra en la necesidad de abordar la modernización curricular de las carreras de turismo para darle sincronía y prospectiva a la realidad actual y a los cambios presentes y futuros del turismo; como consecuencia de la globalización, el paso avasallante de la cuarta revolución industrial y la presencia del cambio climático que están ejerciendo gran impacto en parte significativa de la población mundial. El turismo no escapa a este fenómeno; empresas, destinos, organizaciones y personas se enfrentan constantemente a nuevos retos: competitividad, maximización de satisfacción, minimización de costo y beneficios, eficiencia y eficacia, innovación y calidad. Esta realidad exige más y mejores capacidades para enfrentar no solo la especialización sino la más apremiante y seria amenaza, la sustitución del ser humano como factor productivo (robótica e inteligencia artificial).

En este contexto el currículo debe ser entendido como una potente herramienta disruptiva de cambio. El trabajo aporta estrategias para sistematizar un proceso de modernización disruptivo de diseño curricular, valora el costo de oportunidad de la academia al asumir la modernización del currículo, identifica las capacidades que definen los perfiles de egresos de los nuevos profesionales, reconoce el papel del mercado e identifica el proceso metodológico de diseño curricular.

Palabras clave: inteligencia artificial, humanismo, sostenibilidad del destino, cuarta revolución industrial

LA SATISFACCIÓN LABORAL EN EL SECTOR HOTELERO. UN ANÁLISIS DE SU IMPORTANCIA EN LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE ECUADOR

Mgst. Ana Lucia Serrano

Resumen

El capital humano es un factor estratégico para el logro de los objetivos de competitividad y diferenciación de las empresas del sector hotelero. Esto debido a que son las personas quienes proveen directamente el servicio a los consumidores con la finalidad de satisfacer sus necesidades. En este sentido, la satisfacción del cliente se consigue mediante la satisfacción de los empleados, por lo cual las organizaciones deben enfocar sus esfuerzos en promover un clima laboral favorable que contribuya a la satisfacción de los trabajadores. Debido a esto son necesarias investigaciones que examinen aspectos sobre la satisfacción laboral del capital humano que trabaja en empresas del sector hotelero. Por tanto, este trabajo pretende presentar un análisis sobre los efectos de la satisfacción laboral de los empleados en el desempeño de los establecimientos hoteleros y en la satisfacción del consumidor turístico. Este análisis se efectúa en base a una revisión de la literatura sobre esta temática y se desarrollará en el contexto del sector hotelero ecuatoriano. Los resultados indican que lograr la satisfacción laboral de los empleados implica mejorar las condiciones de trabajo, lo cual se refleja en el desempeño del trabajador y en consecuencia en el desempeño general de la empresa.

Palabras clave: satisfacción laboral, sector hotelero, capital humano, clima laboral, compromiso organizacional

FORMACION DE CAPITAL HUMANO PARA EL DESARROLLO DEL AVITURISMO EN LA ZONA DEL CATATUMBO.

Marilce Pacheco Carrascal¹¹¹
Carmen Liceth Garcia Quintero¹¹²

Resumen

Investigaciones realizadas por los grupos de investigación GIDSE y GI@DS de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, concluyen que Ocaña y su región tiene un gran potencial como destino turístico a nivel nacional e internacional, con productos de turismo de naturaleza (caso específico: Avistamiento de aves), turismo religioso, ecoturismo, turismo arquitectónico y turismo cultural. Para la zona del Catatumbo el ecoturismo en especial el aviturismo, es una gran oportunidad, toda vez que se encuentra cerca de 541 especies y subespecies de aves y se espera que con las condiciones de seguridad del posconflicto, nuevas especies sean incluidas en la lista.

Incentivar el avistamiento de aves se ha convertido en política gubernamental a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, quien diseñó 12 corredores turísticos, de los cuales la zona del Catatumbo puede hacer parte de uno de ellos, si se realizan mejoras en infraestructura, servicios y capital humano; razón por la cual el objetivo consiste en formar capital humano capaz de brindar atención de excelente calidad. Se seleccionó el corregimiento de Pueblo Nuevo, Ocaña, Norte de Santander, Colombia como espacio de diálogo en la construcción de conocimientos en pro de potencializar el turismo de naturaleza y el desarrollo regional.

Palabras Clave: Turismo, Turismo de Naturaleza, Aviturismo, Formación de capital humano

¹¹¹ Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. mpachecoc@ufpso.edu.co

¹¹² Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. clgarciaq@ufpso.edu.co

ANÁLISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA FORMACIÓN DE CAPITAL HUMANO EN TURISMO Y HOTELERÍA EN LA REGIÓN DE VALPARAÍSO Y SU RELACIÓN CON LOS EJES ESTRATEGICOS PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR.

Mg. Sandrino Llano Ramos

RESUMEN

El presente trabajo, corresponde a una investigación de carácter básica de tipo descriptiva que tiene por objetivo describir la oferta actual de educación superior para la formación de capital humano en Turismo y Hotelería en la Región de Valparaíso, y estudiar la relación del contenido de los planes de estudio, con las actuales políticas, planes y programas para el desarrollo del sector.

La metodología de trabajo correspondió al levantamiento de la información y desarrollo de un catastro de las mallas curriculares de las carreras de Turismo y Hotelería que se dictan en la región. En la segunda etapa, se comenzó con la categorización de la información, procediendo a clasificar las carreras entre profesionales y técnicas. Posteriormente, se analizaron las carreras en cuanto a su acreditación (o no), años de acreditación, duración, entre otros. La tercera etapa consistió en identificar y describir los ejes estratégicos, y estudiar si las mallas tenían asociación y relación (o no) con estos.

Los principales resultados dan cuenta que, existen actualmente 15 carreras de Turismo y Hotelería, de las cuales el 53% de estas son carreras profesionales mientras que el 47 % son carreras de nivel técnico. Asimismo, solo el 40% de las carreras tiene un curso asociado a temas de sustentabilidad o desarrollo sustentable del turismo. Mientras que el 67 % de las carreras tiene en su plan de estudio contenidos asociado a normativas regulatorias para el turismo.

Palabras claves: Capital humano-Carreras-Turismo-Hoteleria-Región de Valparaiso

IDENTIFICACIÓN DE LAS BRECHAS DE CAPITAL HUMANO DEL SECTOR TURISMO EN LA ARAUCANÍA

Mg Marie Lagrillere Gautier¹¹³

Resumen

Con objeto de caracterizar la escasez de ocupaciones y los requerimientos de formación de las empresas turísticas de La Araucanía, el Observatorio Laboral Araucanía realizó un proceso de levantamiento de información en 2017 con la aplicación de 69 entrevistas semiestructuradas a informantes locales relacionados al sector turístico en la región, considerando empresas, Oficina Municipales de Intermediación Laboral, instituciones de formación y trabajadores.

Los principales hallazgos encontrados en este proceso, evidencian cuatro tipos de brechas que expresan la distancia entre oferta y demanda de ocupaciones en la región, tales como: Brechas de competencias Técnicas (baja especialización, brecha digital), Brechas de competencias transversales (deficiencias comunicativas, dificultades para trabajo en equipo), Brechas de certificación (baja certificación de competencias) y Brechas de experiencia laboral. Además, se identificaron las principales ocupaciones escasas o con brechas de capital humano en el rubro, tales como: Cocineros(as), Garzones(as), Guías Turísticos, Recepcionistas y Mucamas.

Los resultados de este proceso de levantamiento implicaron una reorientación en la oferta de capacitaciones del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo en La Araucanía el año 2018, para mejorar la pertinencia local de la oferta formativa. Finalmente, durante el año 2019, se realizará una actualización del proceso de levantamiento de información del sector turismo, contemplando una muestra de 97 entrevistas asociadas al rubro turístico.

Palabras clave: Brechas de capital humano; Ocupaciones escasas; Brechas de competencias técnicas; Brechas de habilidades transversales

¹¹³ Observatorio Laboral Araucanía, Instituto de Desarrollo Local y Regional, Universidad de La Frontera, Chile, marie.lagrillere@ufrontera.cl

ARTICULACIÓN EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL TURÍSTICA, ACORDE A LAS EXIGENCIAS DE LAS NUEVAS TENDENCIAS GLOBALES DEL MERCADO TURÍSTICOS DE GUANACASTE, COSTA RICA

M.A.R.H. Alex Dávila Romero¹¹⁴
M.B.A Damaris Caravaca Mendoza¹¹⁵
M.B.A. Guisselle Alvarado Martínez¹¹⁶

Resumen

La presente investigación permitirá abordar la articulación en la formación profesional turística con respecto al mercado en Costa Rica, en función de establecer las políticas públicas de formación y capacitación; los estándares de calidad y perfiles formativos de los docentes universitarios responsables del proceso de enseñanza-aprendizaje de los futuros profesionales que se insertaran en esta actividad económica; así como la vinculación entre las instancias universitarias y los requerimientos de las empresas turísticas, con el fin de dinamizar el aspecto socioeconómico de la región.

El fin principal es delimitar los requerimientos de las empresas turísticas en función de la formación profesional y perfiles formativos que deben de tener los futuros profesionales en Guanacaste. La metodología es de tipo descriptiva, con base a la realización de encuestas a empresas turísticas de la zona, profesores y estudiantes universitarios y otros entes relacionados con la dinámica de la actividad turística. Así mismo se utilizarán fuentes primarias y secundarias que sustenten los resultados de la investigación.

Se evidencia una falta de articulación entre la capacitación formal y técnica por parte de los entes formativos universitarios y la oferta laboral de las empresas, así como la revisión de las políticas públicas, que sean consecuentes con las exigencias reales del mercado y la actualización de los perfiles de los docentes universitarios.

Palabras clave: Formación turística, nuevas tendencias globales.

¹¹⁴ Sede Regional Chorotega, Universidad Nacional de Costa Rica, alex.davila.romero@una.cr

¹¹⁵ Sede Regional Chorotega, Universidad Nacional de Costa Rica, damaris.caravaca.mendoza@una.cr.

¹¹⁶ Sede Regional Chorotega, Universidad Nacional de Costa Rica, guisselle.alvarado.martinez@una.cr.

CARACTERIZACION SECTORIAL DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN TURISMO DE COLOMBIA. RIESGOS QUE LIMITAN EL EMPRENDIMIENTO Y LA COMPETITIVIDAD

Dr. Luis Rubén Pérez Pinzón¹¹⁷

Resumen

El reduccionismo laboral y operativo con el que se asocian las profesiones asociadas con el turismo en Colombia evidencian profundas carencias en la identidad profesional y la unidad gremial de los profesionales universitarios. El interés por profesionales extranjeros y las altas tasas de desocupación hacen necesario cuestionar cuáles son los procesos de formación, proyección, emprendimiento y empoderamiento profesional que desde las facultades de educación superior se promueven, los estándares de calidad reclamados por el sector patronal y gremial, y en especial, el cuestionamiento de las autoridades turísticas a la falta de competencias y compromiso laboral de las nuevas generaciones de egresados.

La ponencia hace parte de los proyectos de investigación en curso asociados a la Red Iberoamericana de Investigadores en Educación Superior en Turismo (Coodestur) y corresponde a una reflexión acorde con el enfoque cualitativo de investigación. Para ello se hace una interpretación comparada de los planes sectoriales de turismo de Colombia y los problemas formativos de las universidades públicas de 2008 a 2018. Finalmente, se demuestran las deficiencias y problemas de la educación superior denunciadas por las autoridades turísticas y gremiales, así como las alternativas periódicas de mejora propuestas para mejorar la competitividad del capital humano de los turismólogos.

Palabras claves: Turismo, plan sectorial, educación superior, Colombia.

¹¹⁷ Departamento de Estudios Socio-humanísticos - Grupo de Investigación en Pensamiento Sistémico de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia. Tutor del Semillero de Investigación en Literatura. lperez14@unab.edu.co

MESA COORDINADA 1

ANTROPOLOGÍA APLICADA: ETNOGRAFÍA Y RESILIENCIA EN CIUDADES TURÍSTICAS EN EL CARIBE MEXICANO

ANTROPOLOGÍA APLICADA: ETNOGRAFÍA Y RESILIENCIA EN CIUDADES TURÍSTICAS EN EL CARIBE MEXICANO

Dra. Bonnie Lucía Campos Cámara(coord.)

Resumen

El Caribe Mexicano es un territorio de gran relevancia ambiental y sensible a la acción humana, por eso las actividades antrópicas han sido profundamente vigiladas y transformadas en los últimos decenios. Resulta evidente que la actividad turística ha supuesto un cambio en el devenir de este territorio. Desde la antropología aplicada que propone una comprensión del turismo como un vector que mediatiza espacios, formas de vida, relaciones sociales, identidades y memorias colectivas. El método de investigación cualitativo y colaborativo, junto con el trabajo de campo y a través de una mirada etnográfica, propicia en el investigador imágenes, imaginarios, recursos, patrimonios que inciden en la transformación de economías, de políticas y de territorios. El turismo constituye un eje que promueve nuevas realidades, su desarrollo y presencia genera condiciones diferenciadas en la vida de las sociedades en donde el movimiento poblacional, tanto desde las emisoras como con las receptoras, juegan un rol o papel de suma importancia. Es así, que el estudio directo con personas o grupos sociales, en los espacios turísticos y durante un cierto período concreto, la observación participante y las entrevistas cualitativas no da a conocer estilos de vida socialmente diferenciados, por lo que la política pública y el diseño de acciones concretas deberán a partir de este tipo de investigaciones cualitativas. Las acciones cotidianas de quienes viven en estos espacios hablan de socialización temporales diferenciadas y de contenidos que, de contenidos vertidos en los acervos culturales a través de la experiencia vivida, el tiempo y la información sobre los vividos y la respuesta ante estas condiciones desfavorables inclina a las diversas poblaciones resiliencias diferenciadas, reconocer esto es primordial para el saber que hacer de manera asertiva.

Palabras claves: Palabras Claves: antropología, etnografía, resiliencia turística.

PONENCIAS	
Una aproximación teórico-conceptual de la resiliencia en ciudades turísticas con un enfoque ecosistémico	Bonnie Lucía Campos Cámara
Socialización y resiliencia de migrantes en espacios turísticos. Los casos de Cancún y Playa del Carmen, Quintana Roo.	Ligia Aurora Sierra Sosa
Hotelización y el turismo mochilero en Bacalar, Quintana Roo	Julio Teddy García Miranda y Xochitl Ballesteros Pérez

MESA COORDINADA 2
GЕOTURISMO, CONSERVACIÓN Y
PATRIMONIO

GEOTURISMO, CONSERVACIÓN Y PATRIMONIO

Patricia Herrera P.(coord.)

Resumen

En esta sesión se invita a compartir experiencias en relación al Geoturismo, definido como un turismo que sustenta y mejora la identidad de un territorio, considerando su geología, medioambiente, cultura, valores estéticos, patrimonio y bienestar de sus habitantes. Se invita a presentar iniciativas turísticas relacionadas a la geodiversidad, el patrimonio geológico, la geo conservación y la educación en geociencias, que permiten contribuir a una mejor comprensión de la historia de la Tierra incluyendo su dinámica y procesos principales. Igualmente, se invita a presentar trabajos que relacionen la geodiversidad; biodiversidad y elementos culturales, especialmente en territorios aspirantes o reconocidos como Geoparques Mundiales Unesco.

Palabras claves: Geoturismo, Geoparques, Patrimonio, Territorio

PONENCAS	
KÜTRALKURA: Avances y desafíos del primer Geoparque mundial de la Unesco en Chile	Manuel Schilling D. Patricia Herrera P.
Proyecto Geoparque Pillanmapu andino: propuesta metodológica para la articulación del turismo inclusivo y la promoción de la cordillera maulina	Rodrigo Pérez Garay Emil Stefani Signorio
Una alternativa de desarrollo sostenible y conservación efectiva: la experiencia del Proyecto Geoparque Valle de Petorca. Región de Valparaíso, Chile.	Vladimir Vicencio; Claudia Montero; Rodrigo Pérez; Michelle Covarrubias; Fernanda Pardo; Sergio Vivanco; Camilo Acuña; Nicolás Aravena; Diego de la Fuente; Catalina Delgado
Geoturismo en Patagonia Verde: Desarrollo local en el sur de Chile basado en la geodiversidad y la geoconservación	Manuel Schilling, Tomás Martínez, Francisco Contreras, Juan Amthauer, Cristian Beroiza, Adriano Rovira, Patricio Contreras Paul Duhart, Mauricio Mella, David Quiroz, Rosa Troncoso, Natalia Garrido
Planificación Turística y gobernanza territorial en Araucanía Andina. El aporte desde los procesos de declaración de Zonas de Interés Turístico ZOIT	Marco Gutiérrez Nemo Ortega Patricia Herrera

MESA COORDINADA 3

**EL TURISMO EN LA CONSTRUCCIÓN DEL
TERRITORIO, EL ESTADO Y LA NACIÓN EN
CHILE**

EL TURISMO EN LA CONSTRUCCIÓN DEL TERRITORIO, EL ESTADO Y LA NACIÓN EN CHILE.

Pablo Martínez Riquelme.(coord.)

Resumen

El turismo ha tenido un rol gravitante, pero poco estudiado en la conformación del territorio, el Estado y la Nación en América Latina, y particularmente en Chile. En efecto, las investigaciones han versado acerca de la importancia económica del turismo para el progreso de las naciones o en sus impactos ambientales y las transformaciones territoriales producto de la instalación y anclaje espacial de infraestructuras para el libre desplazamiento de flujos de personas, información, dinero e imágenes. El objetivo de esta mesa es analizar, desde una perspectiva histórica y geográfica, el papel que ha jugado el turismo en la construcción del territorio, el Estado y Nación en Chile durante el siglo XX desde tres enfoques: a) análisis de viajeros con motivaciones turísticas particulares a fines del siglo XIX y luego motivadas por el Estado; b) la discusión del rol de las políticas públicas y la institucionalidad turística, y c) reconocimiento del rol de las revistas de turismo en la promoción del imaginario turístico de la modernidad y la nación en Chile.

Palabras claves: Turismo, Estado, Modernidad, Políticas públicas, Territorio.

PONENCIAS	
Viajeros y turistas en la Araucanía, antecedentes históricos.	Jaime Flores Chávez
Chile: Políticas públicas e institucionalidad turística.	Rodrigo Figueroa Sterquel
Turismo y la idea de modernidad en Chile a través de las revistas de turismo	Pablo Martínez Riquelme

PÓSTERS

IV CONGRESO INTERNACIONAL COODTUR CHILE 2019

"TURISMO, DESARROLLO TERRITORIAL, INNOVACIÓN Y GOBERNANZA: ¿HACIA DÓNDE VAMOS?"

Sesión de Posters

Coordinador: Pablo Martínez Riquelme (pablo.martinez@ufrontera.cl)

<i>Nelson Fabián Porras; John Cardona Raigoza</i>	Agroecoturismo comunitario como estrategia para potenciar zonas rurales en escenarios de posconflicto
<i>Marta Nel-Lo; Jordi Andreu, y Alba Font</i>	Diagnóstico Territorial y Turístico de Villavieja y Desierto de la Tatacoa. Departamento del Huila. Colombia.
<i>Carlos Bahamondes Ávila et al.</i>	Factor salud como condicionante de experiencias turísticas: proyecto senderismo
<i>Macarena Vallejos Bustos Mafi Sandoval Hormazabal Juan Carlos Cantillana Reyes Gonzalo Pérez Espinoza</i>	Formación de capital humano profesional y la retroalimentación entre el Programa de Competitividad Turística y la carrera de Ingeniería en Gestión Turística, Universidad Tecnológica Metropolitana.
<i>Juan Carlos Cantillana Reyes, Mafi Sandoval Hormazabal, Gonzalo Pérez Espinoza, Macarena Vallejos Bustos. Universidad Tecnológica Metropolitana</i>	Identificación de cultivares de cepas tradicionales en el secano de las regiones de Maule y Ñuble como referencia para el desarrollo de productos turísticos.

La Red Internacional de Investigadores en Turismo, Cooperación y Desarrollo (COODTUR), en conjunto con el Centro de Investigaciones Territoriales de la Universidad de La Frontera, Región de La Araucanía (Chile), organizaron el IV Congreso de COODTUR, celebrado en la ciudad de Temuco - Chile, entre el 01 y 04 de octubre del 2019, cuyo tema central fue: “Turismo, desarrollo territorial, innovación y gobernanza: ¿hacia dónde vamos?”



UNIVERSITAT
ROVIRA I VIRGILI



coodtur

RED INTERNACIONAL DE INVESTIGADORES
EN TURISMO, COOPERACIÓN Y DESARROLLO