

# RiAT

Revista Interamericana de Ambiente y Turismo  
Interamerican Journal of Environment and Tourism

ISSN 0717-6651 versión impresa  
ISSN 0718-235X versión online



## INVESTIGACIÓN

Efectos socioeconómicos provocados por el turismo en Santa Catalina de Salinas, Ibarra, Ecuador

Perfil del turista que ocupa la planta hotelera de Otavalo, provincia de Imbabura, Ecuador

Criterios planificadores del Plan Estratégico de Turismo Sustentable "Necochea 2013-2023", Argentina

La gestión de destinos en la Región de Los Lagos – Patagonia chilena ¿Una disputa entre asociatividad y competitividad?

Determinación de la potencialidad turística de la avifauna de la comunidad 23 de Noviembre, Naranjal, Ecuador

Los senderos turísticos como estrategia de desarrollo sustentable: Caso "Bosque Protector Cerro Blanco", Guayaquil, Ecuador



# RIAT

*Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*  
*Interamerican Journal of Environment and Tourism*

La Revista Interamericana de Ambiente y Turismo (RIAT) es una publicación editada por la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Talca, interesada en divulgar artículos —en español e inglés— de calidad que reporten resultados de investigación, enseñanza de todas las áreas y subcampos de la gestión ambiental y el turismo, como también de otras disciplinas relacionadas. Los artículos pueden presentarse a la RIAT en los siguientes tópicos: Resultados de investigaciones, artículos sobre enseñanza, revisión de la literatura y análisis teóricos, notas científicas, comentarios de libros o artículos y misceláneo.

RIAT es un producto que nació de la Red interamericana de Formación en Gestión Ambiental y Ecoturismo, RIF-GAE, un consorcio de universidades formado por: la Universidad de Costa Rica (Costa Rica), la Universidad de Colorado (USA), la Universidad de Talca (Chile), la Universidad de Oriente (Venezuela) y la Universidad de Quisqueya (Haití).

ISSN versión impresa: 0717-6651 / ISSN versión online: 0718-235X

## **EQUIPO EDITORIAL**

### **EDITOR**

Dr. Arcadio A. Cerda, Universidad de Talca, Chile

### **COMITÉ EDITORIAL / EDITORIAL COMMITTEE**

Dr. Ernesto Arias, University of Colorado, Estados Unidos  
M.Arch. Gene Bressler, NC State University, Estados Unidos  
Dr. Carlos Chavez Rebolledo, Universidad de Concepción, Chile  
Dr. Sir Partha Dasgupta, University of Cambridge, Inglaterra, Reino Unido  
Dr. Leidy Y. García Pérez, Universidad Católica del Maule, Chile  
Dr. Jose Gustavo Feres, FGV in Rio de Janeiro, Brasil  
Dr. Patrick Long, East Carolina University, Estados Unidos  
Dr. Rosendo Pujol, Universidad de Costa Rica, Costa Rica  
Dr. Juan Andrés Riquelme Won, Universidad de Talca  
Dr. Arturo Vásquez-Parraga, The University of Texas Pan America, Estados Unidos  
Dr. Felipe Vásquez Lavín, Universidad del Desarrollo, Chile

### **COMITÉ CIENTÍFICO / SCIENTIFIC COMMITTEE**

Dr. Rodrigo Sebastian Herrera, Universidad de Talca, Chile  
Dr. Victor Cancino Cancino, Universidad Santo Tomas, Chile  
Dr. Marcos Carrascos Benavides, Universidad Católica del Maule, Chile  
Dr. Guillermo Donoso, Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile  
Dr.(c) Patricia Esparza Soto, Universidad Andrés Bello, Chile  
Dr. Sergio A. Orrego Suaza, Universidad Nacional de Colombia, Colombia  
Dr. Gabriel Pino Saldías, Universidad de Talca, Chile  
Dr. Miguel Angel Quiroga, Universidad de Concepción, Chile  
Dr. Máximo Rossi, Universidad de la República, Uruguay  
Dr. Lisandro Roco Fuentes, Universidad Católica del Maule, Chile  
Dr. Leiner Vargas Alfaro, Universidad Nacional de Costa Rica, Costa Rica  
Dr Jorge Zamora González, Consultor Instituto de Geografía, Chile, Chile

### **REPRESENTANTE LEGAL**

Álvaro Rojas M., Dr. en Ciencias Agrarias, Rector de la Universidad de Talca.  
Dirección: 2 Norte 685, Talca, Chile.



# RIAT

*Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*  
*Interamerican Journal of Environment and Tourism*

[www.riat.otalca.cl](http://www.riat.otalca.cl)

[riat@otalca.cl](mailto:riat@otalca.cl)

2 Norte 685, Talca, Chile.

Í n d i c e

84 - 104

**Efectos socioeconómicos provocados por el turismo en Santa Catalina de Salinas, Ibarra, Ecuador**

*Socioeconomic effects of tourism in Santa Catalina de Salinas, Ibarra, Ecuador*

• *Tapia, Benítez & Basantes.*

105 - 135

**Perfil del turista que ocupa la planta hotelera de Otavalo, provincia de Imbabura, Ecuador**

*Profile of the tourist using the hotels in Otavalo, province of Imbabura, Ecuador*

• *Realpe & Benitez.*

136 - 147

**Criterios planificadores del Plan Estratégico de Turismo Sustentable “Necochea 2013-2023”, Argentina**

*Planning Criteria for the Strategic Plan for Sustainable Tourism “Necochea 2013-2023”, Argentina*

• *Bertoni, López & Testa.*

148 - 162

**La gestión de destinos en la Región de Los Lagos – Patagonia chilena ¿Una disputa entre asociatividad y competitividad?**

*Destination management in the Region of Los Lagos - Chilean Patagonia. A dispute between associativity and competitiveness?*

• *Pacheco, Vera & Castaing.*

163 - 173

**Determinación de la potencialidad turística de la avifauna de la comunidad 23 de Noviembre, Naranjal, Ecuador**

*Determination of the tourism potential of the birds in the community 23 de Noviembre, Naranjal, Ecuador*

• *Javier Ricardo López Ruiz*

174 - 182

**Los senderos turísticos como estrategia de desarrollo sustentable: Caso “Bosque Protector Cerro Blanco”, Guayaquil, Ecuador**

*Tourist routes as a strategy of sustainable development: The Case of the Cerro Blanco Protected Forest, Guayaquil, Ecuador*

• *Delgado, Herrera, Villacís, Moreno, Oviedo, Cedeño, Baque, Belezaca y López.*

# Efectos socioeconómicos provocados por el turismo en Santa Catalina de Salinas, Ibarra, Ecuador

## Socioeconomic effects of tourism in Santa Catalina de Salinas, Ibarra, Ecuador

Gabriel Tapia González<sup>1</sup>, Nhora Benítez Bastidas<sup>2</sup> & Andrea Basantes Andrade<sup>3</sup>.

En el último tiempo el turismo comunitario ha tomado vital importancia dentro de la oferta turística a nivel mundial, generando una importante demanda a nivel nacional. El turismo comunitario está considerado como una tipología turística que pertenece a la modalidad de turismo vivencial y a la corriente de turismo alternativo. En este trabajo se buscó evaluar los efectos socioeconómicos ocasionados por la actividad turística desde la rehabilitación del "Tren de la Libertad" en el trayecto Ibarra y Santa Catalina de Salinas, Valle del Chota, provincia de Imbabura, Ecuador. En primer lugar se realizó una descripción socioeconómica y una caracterización de la actividad turística de Salinas. Para ello se identificaron los atractivos turísticos, se determinó el inventario de emprendimientos turísticos y de actividades relacionadas, y se estableció el perfil y capacidad de gastos de los visitantes. La metodología aplicada incluyó la aplicación de un cuestionario a los representantes de los emprendimientos turísticos que operan en la zona, además de entrevistas en profundidad a los principales actores para conocer los beneficios recibidos por el turismo. Los principales hallazgos fueron los siguientes: (1) El patrimonio turístico de Santa Catalina de Salinas, tanto material como inmaterial, incluye diversas manifestaciones culturales; (2) Los emprendimientos turísticos están concentrados en servicios de alimentación, y en menor medida en alojamiento y artesanías; (3) La demanda turística está compuesta principalmente por visitantes nacionales (89%), entre 21 y 50 años (70%), mujeres (58%), cuya principal motivación es el viaje en tren; y (4) El presupuesto de gasto para realizar turismo considera entre 16 a 20 dólares diarios por persona. Los principales efectos de este tipo de turismo comunitario sobre los emprendimientos turísticos se visualizan en el ámbito del empleo y la participación de las mujeres. La principal conclusión sugiere que el turismo comunitario en la zona es aún incipiente, aunque debería transformarse en una actividad complementaria a la agricultura, la cual sigue siendo la principal fuente de ingresos de los pobladores.

**Palabras clave:** Turismo comunitario, Tren de la Libertad, emprendimientos turísticos, actividad complementaria.

Community-based tourism has become vital to the tourism industry worldwide recently, generating significant demand at the national level. It is considered a type of tourism that is part of experiential travel and the current of alternative tourism. This work sought to assess the socioeconomic effects of tourism from the renovation of the "Freedom Train" on the route between Ibarra and Santa Catalina de Salinas, Valle del Chota, in the province of Imbabura, Ecuador. First, a socioeconomic description and a characterization of the tourist activity in Salinas were done. To do this, the tourist attractions were identified, an inventory of tourist enterprises and related activities was taken, and the profile and capacity of visitors' spending was established. The applied methodology included the administration of a questionnaire to the representatives of the tourist enterprises operating in the area, as well as in-depth interviews with the main actors in order to ascertain the benefits reaped from tourism. The main findings were the following: (1) The tourist heritage of Santa Catalina de Salinas, both material and intangible, includes various cultural manifestations; (2) The tourist enterprises are concentrated in food services, and to a lesser extent in accommodation and crafts; (3) The tourist demand is composed mainly of domestic visitors (89%), between 21 and 50 years (70%), women (58%), whose main motivation is the train journey; and (4) The expense budget for tourism considers between 16 and 20 dollars per day per person. The main effects of this type of community-based tourism on the tourist enterprises are seen in the area of employment and the participation of women. The main conclusion suggests that community-based tourism in the area is still in the early stages, although it should be transformed into an activity complementary to agriculture, which continues to be the main source of the inhabitants' income.

**Key words:** Community-based tourism, Freedom Train, tourist enterprises, complementary activity.

(Presentado: octubre 30, 2015. Aceptado: noviembre 26, 2015)

<sup>1</sup> Universidad Técnica del Norte, Ecuador. gabrieltapia@outlook.com

<sup>2</sup> Universidad Técnica del Norte, Ecuador. nmbenitez@qutn.edu.ec

<sup>3</sup> Universidad Técnica del Norte, Ecuador. avbasantes@qutn.edu.ec

## INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación se analizaron los efectos más relevantes de los proyectos turísticos puestos en marcha, en los últimos diez años, por los gobiernos locales, además del nacional, así como de la empresa privada, en el aspecto sociocultural en la parroquia de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, una comunidad afro ecuatoriana que trata de desarrollarse sin perder su identidad cultural pues es una omisión preocupante que la cultura no ocupe el lugar que le corresponde en la concepción de los proyectos turísticos sino que, al contrario, sea ignorada por la masificación turística.

Cualquier proyecto turístico que se plantee para una comunidad de estas características requiere que todos los productos turísticos armonicen con las culturas y el medio ambiente (Ruiz, 2008). Al mismo tiempo, dadas las condiciones de pobreza de ingresos y de acceso a los servicios básicos de gran parte de este territorio ha convertido al turismo en una alternativa válida para alcanzar el desarrollo sin exclusiones (FEPTCE, 2007).

Específicamente, el turismo comunitario responde a un cambio a las preferencias de los turistas que quieren experimentar nuevas experiencias en sus viajes, realizar actividades fuera de lo común y buscar nuevos paquetes que respondan a esas expectativas, generalmente relacionadas con acercamientos a la diversidad cultural como una forma de enriquecer su bagaje y nutrirse con esas costumbres (Cabanillas, 2003). Todo esto ha permitido que comunidades como Salinas comiencen a generar interés en los circuitos turísticos de las operadoras privadas y en la planificación del MIN-TUR, lo que posibilita la creación de productos turísticos que den respuesta a esas inquietudes y se abran nuevas oportunidades de aumento de los ingresos y la participación de la población local.

El turismo comunitario en los últimos tiempos ha tomado vital importancia dentro de la oferta turística a nivel mundial y sin duda también ha tenido una importante demanda a nivel nacional, dentro de la revisión literaria se presenta a continuación los puntos de vista de varios autores:

En primer lugar para la OMT el turismo comunitario es toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes (OMT, 2000).

El turismo comunitario está considerado como una tipología turística que pertenece a la modalidad de turismo vivencial y a la corriente de turismo alternativo.

Se caracteriza por la autenticidad de las actividades turísticas, posibilitando al turista compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres y hábitos de una etnia o pueblo determinado. (Castillo, 2011).

En el ámbito nacional la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE, sostiene que el turismo comunitario es una actividad que posibilita la autoafirmación de la identidad, la revitalización cultural, la preservación de la memoria colectiva; factores que aportan al fortalecimiento social y ambiental, con la preservación y manejo sostenible del ambiente (FEPTCE, 2007).

Las políticas de planificación y desarrollo del actual gobierno incluye a la actividad turística, es así que, en el objetivo 8 del Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017, referente a consolidar el sistema económico social y so-

lidario, plantea, como una de las políticas y lineamientos estratégicos, profundizar las relaciones con el sector popular y solidario a través del fomento del turismo comunitario y turismo social.

Además, es importante destacar el enunciado de la Ley de Turismo (2002), en el artículo 3, correspondiente a los principios de la actividad turística, en el literal e, manifiesta que: "La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos" (p.1).

El artículo 12 de la mencionada ley sostiene que:

"Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones, todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos" (MINTUR, 2002, p.3).

El objetivo del turismo comunitario es preservar la identidad étnica, la valoración y la transmisión del patrimonio cultural en todas sus manifestaciones, ya que las culturas autóctonas son portadoras de valores, historia e identidad (Maldonado, 2006).

Un elemento esencial para el éxito del turismo comunitario es el papel que debe adoptar la comunidad local en la planificación y gestión de la actividad turística, ya que sirve para adaptarse a los cambios, abre su mentalidad y son parte esencial del producto turístico (López & Sánchez, 2009a).

La actividad turística comunitaria es sostenible siempre que permita el crecimiento económico, ayude a mejorar la calidad de vida, y sea realizada de forma equilibrada,

con la debida planificación y uso racional de los recursos naturales; en base a la participación activa de los sectores público, privado y comunitario. Según este contexto es de vital significancia el trabajo coordinado en busca de un solo propósito, alcanzar el turismo comunitario responsable, de manera que, la actividad turística sostenible esté basada en cuidar ahora y conservar para el futuro, con el uso adecuado de los recursos naturales para las futuras generaciones (Chevez, 2011).

Es importante mencionar que el turismo está considerado como un eje importante dentro de la matriz productiva del Ecuador, y la modalidad de turismo comunitario viene a constituirse en una herramienta de impulso a esta estrategia de fomentar el bienestar de la población con actividades sostenibles y participativas e igualitarias, como lo manifiesta la política nacional de desarrollo.

De esta forma, el turismo comunitario se convierte en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural, como iniciativa de la propia comunidad organizada, que podrá encarar con éxito varias de las más exigentes expectativas del mundo turístico actual (Anzola, 2006).

Dentro de las múltiples formas de turismo tenemos también el turismo rural comprende un conjunto de actividades que se desarrollan en el medio rural, aportando algo más que solo el alojamiento y que puede convertirse, para los pobladores de la comunidad, en un rubro de ingresos que complementen a los tradicionalmente provenientes del sector primario (OMT, 2005).

El concepto de turismo rural y comunitario, mantienen un alto grado de coincidencias, lo fundamental es la dirección enfocada en la participación de los comuneros locales en función de mejorar sus ingresos económicos.

En referencia al turismo cultural Sánchez (2002), lo define así:

“Es aquel que se desarrolla con fundamento en los bienes culturales tangibles e intangibles de un país, región y/o localidad, que comporta la interacción entre el sujeto turista ávido de contacto con culturas materiales e inmateriales distintas a la propia y la comunidad receptora como comunicante de sus valores culturales y tradiciones” (p.54).

La Organización Mundial del Turismo (2000), considera que dentro de las formas de manifestación del turismo existe una modalidad denominada turismo cultural en la cual predominan las motivaciones de tipo cultural. El turismo cultural es la inmersión en la historia natural, el patrimonio cultural, las artes, la filosofía, y las instituciones de otros países o regiones. Dentro de esta modalidad turística podemos incluir el turismo de patrimonio que es la visita de personas no pertenecientes a la comunidad anfitriona, motivadas total o parcialmente por el interés en el patrimonio que ofrece una región, comunidad, grupo e institución.

Como se puede apreciar estos tipos de turismo están completamente relacionados entre sí. La persona que los practica, le gusta contactar con otras culturas para apreciar su patrimonio, colocando más énfasis en el desarrollo de la personalidad, a través de experiencias relacionadas con el conocimiento, que en el descanso o la diversión.

A finales de 1970 esta modalidad comenzó a ser reconocida como una categoría distinta del producto cuando los comercializadores y los investigadores del turismo se percataron que algunas personas viajaban específicamente para ganar una mayor comprensión de la cultura o el patrimonio de un destino (García, 2006). No obstante este tipo de turismo es el más viejo de los fenómenos nuevos del turismo, a tal punto que está presente desde los romanos.

Existen variedad de reflexiones y análisis relativos al turismo propiamente cultural o patrimonial, a la promoción del turismo cultural mediante nuevas tecnolo-

gías (Galí, Mayó & Vidal, 2000) o mediante el uso de las exposiciones histórico-culturales (García, 2006), entre otras muchas cuestiones relativas al turismo cultural o patrimonial.

Todo turismo implica el consumo de los productos y de experiencias (Richards, 2001) y el turismo cultural no es diferente. Los turistas quieren consumir una colección variada de experiencias culturales. Para facilitar este consumo, los activos culturales del patrimonio deben ser transformados en productos culturales de turismo. El proceso de transformación hace real el potencial del activo convirtiéndolo en algo que el turista puede utilizar. Este proceso de transformación, sin embargo aborrecible para una cierta cantidad, es integral para el auge exitoso y la gestión sostenible del producto cultural turístico (Mckercher & du Cros, 2002).

Y en la actualidad es imprescindible tratar sobre el turismo sostenible, en el Acuerdo de Mohonk (2000) se define al turismo sostenible como el “turismo que busca minimizar el impacto sociocultural a la vez que provee beneficios económicos a las comunidades locales y los países que lo albergan” (p.17).

En la Agenda 21 para la Industria del Turismo y Viajes (1995), manifiesta que: “los productos de turismo sostenible son productos que funcionan en armonía con el ambiente, la comunidad y las culturas locales, de modo que estos se convierten en beneficiarios permanentes” (p. 31).

Es importante destacar los conceptos del turismo comunitario, rural, cultural y sostenible, en vista de que esto permite tener una base conceptual sólida, la misma que ayude a formar una estructura, desde la cual orientar el tipo de turismo que se debe ofertar en Salinas, así mismo, conocer las formas de turismo que se practican es vital el momento de diseñar las variables e indicadores acordes para medir los beneficios o desventajas que este tipo de turismo lleva a la zona, dependerá del resultado para, desde el punto de vista

técnico impulsar estas formas de turismo, o por el contrario, sugerir la implementación de otras tendencias turísticas dentro de la oferta de Salinas.

Sin duda, estas formas de turismo, se orientan en función del potencial que presenta el destino turístico, según las características de éste, por ejemplo: tipo, conservación y acceso a los atractivos, entre otras; permite diseñar el tipo de turismo a ofertar; y entre ambos factores, especialmente el destino turístico, en su composición social y económica, serán un parámetro decisivo el momento de medir efectos del turismo dentro de la comunidad receptora, en esta caso, la población de Salinas.

Todas estas y otras formas de turismo se concentran en un destino turístico, Anzola (2006) lo define como el “área, lugar o zona donde el viajero espera encontrar una serie de actividades, atractivos y servicios que le permitan obtener la experiencia única e inolvidable que espera de su viaje” (p. 76).

El autor Valls (2004) establece una serie de características que lo configuran:

- **Un espacio territorial homogéneo:** en realidad, cualquier espacio geográfico susceptible de ser planificado por poseer cierta capacidad administrativa. Esto significa que además de unidades territoriales básicas, los destinos pueden abarcar una o varias naciones; una o varias regiones o estados.
- **Centralidad:** criterio que hace referencia a la capacidad del territorio para motivar el desplazamiento de personas hacia su territorio. (En este punto es de vital importancia el concepto de capacidad de carga)
- **Una oferta estructurada de atractivos:** resulta un sistema integrado de recursos, atractivos y empresas orientado hacia la satisfacción del turista. También puede entenderse como la puesta en valor del territorio y su ordenación de acuerdo a las necesidades de los potenciales clientes.

- **Una marca integradora:** el destino debe estar representado en una imagen atractiva que represente a toda la oferta en él y facilite su identificación en diferentes mercados.
- **La comercialización** resulta imprescindible con la presencia de una cooperación vertical en materia de marketing para todo el espacio geográfico del destino, enmarcada en una visión estratégica.

También, se denomina destino turístico a una zona o área geográfica que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística (MINTUR, 2012).

En base a lo expuesto, el destino turístico se convierte en el lugar en donde los turistas tienen la intención de pasar un tiempo fuera del lugar de su domicilio habitual; este desplazamiento y estancia, sin duda, provoca efectos en diferentes ámbitos, entre ellos, el social y económico, los mismos que son sujeto de estudio en esta investigación.

En todos los destinos turísticos se producen diferentes beneficios y también situaciones adversas, estos efectos de la actividad turística en las comunidades rurales del Ecuador, como en cualquier otro lugar, el turismo puede ser considerado como un fenómeno ambivalente, debido a que puede tener beneficios tanto directos como indirectos. El adecuado manejo de este tipo de turismo sin duda se reflejará en importantes beneficios económicos, sociales, ambientales, en una comunidad determinada, favoreciendo intercambios de bienes y servicios y propiciando el encuentro entre personas de diferentes culturas, clases sociales y nacionalidades. En el otro lado de la medalla, el turismo puede implicar también efectos negativos, como la pérdida de la identidad cultural, tensiones y conflictos de los turistas con la población residente

y la degradación ambiental. Estos aspectos negativos han obligado a replantear las relaciones entre turismo, sociedad y desarrollo.

Entre los aspectos positivos, se puede mencionar que las administraciones públicas desempeñan entonces un papel central en el logro de una mayor competitividad del sector, favoreciendo la implantación de un marco adecuado para que la actividad turística sea competitiva, y busque el equilibrio necesario entre intereses, garantizando que los impactos negativos que provoca el turismo sean mínimos. Esto exige introducir una visión de largo plazo en el desarrollo de la actividad turística que se vea reflejada en una adecuada política turística. El turismo impacta en el desarrollo regional en la medida que: primero, genera cambio económico a través del crecimiento del empleo, del crecimiento de la producción directa, indirecta e inducida, de la transformación de los rubros económicos tradicionales, de la mejora de los recursos públicos y de la distribución de la renta, entre otros factores; además, genera efectos sociales y ambientales a través de la diversificación del empleo, del mejoramiento de infraestructuras y de los desajustes socioculturales, brindando posibilidades de movilidad social, etc. (Figuerola, 2004).

El turismo comunitario aporta importantes beneficios en las áreas rurales de estos países, ya que, en primer lugar, tiene un impacto directo en las familias de la población local, en el desarrollo socioeconómico de la región y en el estilo de vida (Manyara & Jones, 2007); en segundo lugar, estimula un turismo responsable que permite mejorar la calidad de vida de las poblaciones asentadas en áreas rurales y, por último, es una forma de erradicar la pobreza.

Respecto a la erradicación de la pobreza, cabe destacar la aportación de la Organización Mundial del Turismo (1999), en donde señala que el turismo comunitario sostenible puede convertirse en una herramienta para el desarrollo económico y reducir la pobreza en determinadas áreas rurales, pero como actividad complementaria no sustitutiva de la agricultura.

Contrastando lo anterior, el desarrollo de esta actividad de turismo alternativo comunitario se puede encontrar con diferentes limitaciones, debido, sobre todo, a la importancia que tiene la comunidad local. Así, siguiendo a Nyaupane, Morais & Dowler (2006), quienes sostienen que las principales limitaciones serían las siguientes: "la comunidad local puede no disponer de los necesarios recursos financieros, know-how o infraestructuras; la comunidad local puede tener limitaciones de carácter cultural; y pueden existir conflictos entre las diferentes administraciones públicas" (p.61). Esto puede, además, agravar la situación de desempleo en sectores no turísticos.

En el aspecto social, se puede mencionar la pérdida de la identidad cultural de las comunidades cuando se comercializan de manera exagerada las manifestaciones locales, despojándolas de su significado original y destruyendo su valor histórico y autenticidad, produciendo lo que manifiesta Monreal (2003) una autenticidad escenificada. La cultura local se transforma en un simple objeto de consumo.

Además, el turista también interactúa con las organizaciones que prestan el servicio turístico, con el entorno donde se desarrolla la actividad turística y con el contexto en el que se desarrolla el propio servicio (Castellanos & Orgaz, 2013), y por lo tanto, puede propiciar que aparezca algún tipo de impacto cultural entre la propia comunidad local y el visitante, o, también, medioambiental en el destino, sino se tienen en cuenta aspectos como la capacidad de carga (Nae-Wen & Pei-Hun, 2009).

Este tipo de turismo está basado en la comunidad local que pretende reducir el impacto negativo y reforzar los impactos positivos del turismo en la naturaleza. Permite generar riqueza en las áreas rurales de los países en vía de desarrollo, a través de la participación de la comunidad local en la gestión turística, de forma que los beneficios repercutan en la propia comunidad. Un turismo inadecuado puede degradar el hábitat y los paisajes y agotar los recursos naturales, mientras que el turismo sostenible y responsable puede ayudar a la

conservación del medio rural y la cultura local. Este modelo de gestión y desarrollo turístico se ha convertido en una modalidad turística que ha aparecido como alternativa a los viajes tradicionales. Cobra cada vez más importancia la cultura local de la zona, sus costumbres, su gastronomía y su propia historia. En realidad, más que una modalidad turística el turismo comunitario es una forma diferente de creación de productos turísticos bajo el principio de participación comunitaria en el que se respeta una serie de principios en el mercado turístico (Palomo, 2003).

El objetivo del turismo comunitario es preservar la identidad étnica, la valoración y la transmisión del patrimonio cultural en todas sus manifestaciones, ya que las culturas autóctonas son portadoras de valores, historia e identidad (Maldonado, 2005). Un elemento esencial para el éxito del turismo comunitario es el papel que debe adoptar la comunidad local en la planificación y gestión de la actividad turística, ya que sirve para adaptarse a los cambios, abre su mentalidad y son parte esencial del producto turístico (López & Sánchez, 2009b).

Toda actividad, sin duda, genera efectos en la zona de intervención, el turismo como actividad económica y social no está exento de esta premisa, por lo cual, es importante identificar y medir el efecto provocado, sea este, positivo o negativo, lo cual ayudará a tomar las medidas necesarias para potencializar o mitigar sus efectos, por parte de los actores involucrados en la operación turística. En Salinas, hasta la presente fecha no cuenta con un estudio de similares características, y siendo una comunidad que le apuesta al turismo, es importante definir las políticas y metodología que ayuden a analizar los beneficios que deja el turismo en la comunidad.

Luego de revisar la estructura bibliográfica es importante definir los objetivos que persigue el presente trabajo:

- Caracterizar la actividad turística de la parroquia Salinas desde la rehabilitación del "Tren de la Libertad".

- Evaluar los efectos generados por las actividades turísticas en la situación socioeconómica del lugar.

## METODOLOGÍA

La metodología fue diseñada para obtener los resultados en base a cada uno de los objetivos del estudio, de tal manera, tenemos dos secciones que a continuación se detalla:

En primer lugar, para la caracterización de la actividad turística en la parroquia de Salinas, se aplicó la investigación de campo, para lo cual, se procedió a identificar los elementos que forman parte de esta actividad, y para cada uno de ellos se estableció su respectiva estrategia metodológica, teniendo en cuenta lo siguiente:

- Atractivos turísticos, la información fue recogida durante las visitas de campo efectuadas el 16, 17 y 18 de enero de 2015, la técnica usada fue el fichaje, y como instrumento se tomó el modelo de fichas para inventario del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural INPC; en primer lugar se llenó una matriz de resumen de todos los atractivos, luego se procedió a levantar la información llenando una ficha para cada atractivo correspondiente al patrimonio cultural material e inmaterial encontrados en los límites de la parroquia de Salinas. Además, se usó también la técnica del mapeo, realizando un mapa con todos los atractivos y sus respectivas representaciones y coordenadas geográficas.
- Planta y servicios turísticos, para levantar la información correspondiente a este elemento se realizaron dos visitas de campo, el 06 y 07 de febrero y mediante la técnica de la observación directa, en una primera parte se llenó una matriz de resumen de todos los emprendimientos turísticos y no turísticos; como instrumento se usó una ficha para registrar los datos de los establecimientos turísticos y no turísticos que operan en Salinas. También aportó información para este aspecto, las encuestas (metodología cuantitativa) aplicadas usando como instrumento dos cuestionarios: el

primero, dirigido a los prestadores de servicios turísticos; y el segundo cuestionario diseñado para los prestadores de servicios complementarios al turismo. Por último, se aplicó la técnica del mapeo para registrar los establecimientos turísticos con sus respectivas coordenadas. Luego de aplicadas las encuestas se procedió a elaborar la tabulación y análisis de los resultados.

- Demanda Turística, el número de llegada, y el perfil de los turistas que visitan Salinas, se estableció en base a la investigación bibliográfica; en el aspecto de las estadísticas se procedió a consultar los registros en Trenes Ecuador Empresa Pública. Luego de la revisión bibliográfica, se procedió a analizar los datos y presentar los resultados finales sobre el perfil del turista.

En segundo lugar, en relación a la identificación y evaluación de los efectos socioeconómicos ocasionados por la actividad turística en Salinas, se utilizó la investigación de campo, la misma que se llevó a cabo en dos fases:

- La primera fase desarrollada desde el 11 al 15 de febrero del 2015, durante la cual se procedió a aplicar las encuestas a los representantes de los emprendimientos turísticos y los emprendimientos vinculados al turismo de Salinas.

- La segunda fase se efectuó desde el 25 de febrero hasta el 1 de marzo, en este lapso se entrevistó a los representantes de las comunidades en base a las citas programadas con cada uno de ellos.

Para concretar estas fases se procedió primero a estructurar una matriz de variables e indicadores y sus respectivos instrumentos de medición, y en base a esta matriz se procedió a establecer la propuesta metodológica, la cual permitió identificar y analizar dos componentes:

- Componente socio-cultural, fueron considerados

cinco indicadores: pobreza, escolaridad, equidad de género, etnia e idioma.

- Componente económico, para medir este componente fueron aplicados cinco indicadores: empleo, inversión turística, proyectos de mejoramiento turístico, No. de visitantes y encadenamiento productivo.

Una vez identificados los dos componentes, se procedió a realizar las visitas de campo, con la finalidad de tomar los datos mediante la ejecución de técnicas como: en primer lugar la encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos y prestadores de servicios vinculados al turismo, con sus respectivos cuestionarios; y en segundo lugar, se usó la técnica de la entrevista (metodología cualitativa) y su respectivo cuestionario, la misma que se efectuó previa cita con:

- Presidente de la Junta Parroquial de Salinas, el Ab. Raúl Maldonado. Realizada el 26 de febrero.
- Sra. Jessenia Ferigra, Vocal de la Parroquia. Aplicada el 28 de febrero.
- Sr. Juan Minda, Presidente de la Fundación Fortalecimiento. Realizada el 01 de marzo.

Luego de la aplicación de los instrumentos, se procedió a organizar, tabular y analizar los datos obtenidos para presentar los resultados finales sobre los efectos que ha provocado el turismo en la parroquia gracias a los emprendimientos turísticos y emprendimientos de servicios complementarios al turismo.

## RESULTADOS

### Patrimonio turístico

La parroquia de Salinas cuenta con un importante aporte de manifestaciones culturales, tanto en la categoría patrimonio material como inmaterial, para lo cual, se presenta una matriz de resumen para cada una de ellas.

**Tabla 1: Matriz de patrimonio cultural material.**

Denominación del bien material	Parroquia	Nombre Comunidad/Barrio	Coordenadas geográficas	Categoría	Ámbito
Museo de Sal	Salinas	San Miguel	Norte: 0,4953 Este: 78,1287	Bienes Inmuebles	Arquitectura vernácula
Bombodromo "Palenque"	Salinas	San Miguel	Norte: 0,4994 Este: 78,1273	Bienes Inmuebles	Arquitectura civil
Centro Gastronómico "Palenque"	Salinas	San Miguel	Norte: 0,4967 Este: 78,1292	Bienes Inmuebles	Arquitectura civil
Sala Etnográfica	Salinas	San Martin	Norte: 0,4958 Este: 78,1295	Bienes Inmuebles	Arquitectura civil
Estación del Ferrocarril	Salinas	La Floresta	Norte: 0,4925 Este: 78,1289	Bienes Inmuebles	Arquitectura civil
Parque Central	Salinas	Central	Norte: 0,4951 Este: 78,1309	Bienes Inmuebles	Plazas
Plaza del Buen Vivir	Salinas	La Floresta	Norte: 0,4943 Este: 78,1324	Bienes Inmuebles	Plazas
Parque de la Floresta	Salinas	La Floresta	Norte: 0,4920 Este: 78,1322	Bienes Inmuebles	Plazas
Parque Ambrosio Mondongo	Salinas	San Martin	Norte: 0,4963 Este: 78,1305	Bienes Inmuebles	Plazas
Iglesia de la cabecera parroquial	Salinas	Central	Norte: 0,4901 Este: 78,1379	Bienes Inmuebles	Arquitectura Religiosa
Tolas de Sal	Salinas	San Miguel	Norte: 0,5035 Este: 78,1257	Bienes Inmuebles	

Fuente: Investigación de Campo. Salinas. 2015. Elaboración: Autores.

**Tabla 2: Matriz de patrimonio cultural inmaterial.**

Denominación de expresiones inmateriales	Parroquia	Coordenadas geográficas	Categoría	Ámbito
Leyenda de la Virgen de las Lajas	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060868	Tradiciones y expresiones orales	Leyendas
Fiestas de la Virgen de las Lajas	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060869	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas
Fiesta del Divino Niño	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060870	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas
Leyenda de la Luterana	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060871	Tradiciones y expresiones orales	Leyendas
Leyenda del duende	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060872	Tradiciones y expresiones orales	Leyendas
Leyenda de las brujas voladoras	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060873	Tradiciones y expresiones orales	Leyendas
Leyenda de la viuda	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060874	Tradiciones y expresiones orales	Leyendas
Dulce de fréjol	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060875	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía
Picadillo	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060876	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía

Elaboración de panela	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060877	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Técnicas productivas
Extracción de sal	Salinas	Este: 819107	Conocimientos y usos Norte: 10060878 naturaleza y el universo	Técnicas productivas relacionados con la
Semana Santa	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060879	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas
Medicina artesanal	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060880	Conocimientos y usos relacionados con la	Medicina tradicional naturaleza y el universo
Asistencia en el parto	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060881	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Medicina tradiciona
Banda mocha	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060882	Artes de espectáculo	Música

Fuente: Investigación de Campo. Salinas. 2015. Elaboración: Autores.

### Planta y servicios turísticos

En Salinas los emprendimientos turísticos ofertan principalmente el servicio de alimentación y en un mínimo porcentaje se dedican al alojamiento y artesanías. A continuación se presenta una tabla de resumen sobre la información de los emprendimientos turísticos de Salinas.

Los emprendimientos relacionados al turismo ofertan básicamente el servicio de presentaciones de danza, realizando

bailes propios de la cultura afro, es importante mencionar la microempresa de productos elaborados de chocolate, ovo, dulce, entre otros; los mismos que son consumidos por los turistas debido a que este emprendimiento está dentro de la ruta de visita en Salinas, y otra atracción importante constituye el local donde se puede realizar trenzas. La información de estos negocios se pone a consideración en la siguiente tabla.

**Tabla 3: Matriz de emprendimientos turísticos.**

No.	Nombre del establecimiento	Tipo de establecimiento	Propietario/Gerente	Dirección
1	Parador las Cañas	Alimentación	Sra. Margot Valencia	Salinas-Vía Chachimbiro
2	Asadero Super Pollo	Alimentación	Sra. Margarita Pozo	Eloy Alfaro y Angela Aguirre
3	Comedor el Buen Sabor	Alimentación	Sra. Rosa Ferígra	Av. Vía San Lorenzo y Eloy Alfaro
4	Comedor Don de Vickytha	Alimentación	Sra. Verónica Pozo	Barrio la Floresta calle Esmeraldas
5	Centro Gastronómico Palenque	Alimentación	Organización Comunitaria	Vía San Lorenzo
6	Café del Tren	Alimentación	Aso. Mujeres emprendedoras	Estación del Tren
7	Asociación de desarrollo integral Palenque	Artesanías	Asociación	Frente a la estación del tren
8	Hospedaje la Casa del Turista	Hospedaje	Sr. Roberto Espinoza	Frente al parque central

Fuente: Investigación de Campo. Salinas. 2015. Elaboración: Autores.

**Tabla 4: Matriz de Emprendimientos vinculados al turismo.**

No.	Nombre del Establecimiento	Tipo de	Propietario/Gerente Establecimiento	Dirección
1	Jugo de Caña	Alimentación	Oracio Lusón	Frente a la estación del tren
2	Grupo de Danza Icanti	Danza	Grupo de Danza Icanti	7 de Junio y Eloy Alfaro
3	Variedades Darlita	Trenzas	Carla Lastra	Salinas y Gonzales Suárez
4	Grupo de danza Mandela	Danza	Grupo Mandela	Frente al parque Ambrocio Modongo
5	Asociación agroindustrial Santa Catalina	Alimentación	Asociación	Frente al parque central
6	Grupo de Danza Yemayá	Danza	Grupo de Danza Yemaya	Sala de capacitación es frente al Centro Gastronómico
7	Grupo de Danza lanza	Danza	Grupo de Danza lanza	Sala de sesiones

Fuente: Investigación de Campo. Salinas. 2015. Elaboración: Autores.

### **Demanda turística**

Alrededor del 70% de los turistas que visitan Salinas están en un rango de edad entre los 21 y 50 años, el 58% son mujeres; una mayoría con 89% son nacionales que llegan con familiares y amigos; Los turistas que acuden a la parroquia Santa Catalina de Salinas, alrededor del 60% tienen diferentes ocupaciones, entre las más comunes están: trabajadores privados, empresarios, es decir tienen su propio negocio, empleados públicos; la principal motivación para visitar la parroquia ha sido el viaje en tren, el aspecto etnocultural ocupó el último lugar (10,88%); llegan generalmente atraídos por la información de las estaciones y recomendaciones de relacionados.

El presupuesto de gasto para realizar turismo es un elemento muy importante que debe considerar el turista; se puede observar que gran parte de los turistas destinan de 16 a 20 dólares por persona o más de 21 dólares por persona.

La Parroquia registra una importante entrada de turistas desde el 2012, año en el cual empezaron las operaciones del tren Ibarra Salinas, la mayoría de los visitantes son de procedencia nacional y su distribución se puede apreciar en la siguiente tabla.

**Tabla 5: Estadísticas de turistas en Salinas.**

Turistas	2012	2013	2014
<b>Nacionales</b>	16394	19903	17952
<b>Extranjeros</b>	2748	2745	7694
<b>Total</b>	19142	22648	25646

Fuente: Trenes del Ecuador, 2015. Elaboración: Autores.

### **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

#### **Efectos económicos**

A partir de la investigación realizada en Salinas, ha sido posible describir algunos aspectos relativos al entorno social y económico de la parroquia. La principal actividad económica, según el censo de 2010, es la agricultura, a la cual se dedica el 19,9% de la población; en tanto que el 1,1% se dedica a las actividades de alojamiento y servicio de comidas; lo que denota que es necesario un mayor impulso en promoción e inversión para que la actividad turística tenga un impacto significativo en la economía de la comunidad.

Los resultados de esta investigación se derivan de la aplicación de dos grupos de variables: económicas y sociales; consecuentemente la discusión gira en relación con la relevancia propiamente dicha de cada uno de ellos y no de los resultados por sí solos.

La evaluación de los indicadores económicos, tanto para emprendimientos turísticos como a los emprendimientos vinculados al turismo, en lo relativo a empleo, todavía es insuficiente en cuanto a cantidad como a calidad por el alto nivel de precarización que existe; la inversión es baja porque es mínima la afluencia turística que, en su mayoría son nacionales; esta circunstancia no permite aumentar la capacidad instalada, lo que hace necesario replantear la estrategia de mercadeo, como parroquia y como emprendimientos individuales. Los proyectos turísticos que tienen buenas perspectivas de desarrollo son: el gubernamental tren de la libertad y de la parroquia identificado como proyecto de desarrollo intercultural, turístico Palenque. La ventaja que tienen los encadenamientos productivos actuales es que no dependen de intermediarios.

En el siguiente apartado, se puede visualizar un análisis comparativo de los efectos sociales y económicos generados en la población, en base a los indicadores investigados, tanto en los emprendimientos turísticos y emprendimientos vinculados al turismo.

#### Variable empleo

Con respecto al indicador: No. de personas con empleo directo, se encuentra que en los emprendimientos turísticos de Salinas trabajan 28 personas, todos mayores de edad, si tomamos la población de 18 a 60 años, que corresponde a 897 pobladores, entonces el turismo ha generado empleo directo para el 3% de la población mayor de edad y en condiciones de trabajar. Este porcentaje es bastante bajo luego de 3 años de operación del tren de la libertad.

**Tabla 6: Empleo directo.**

Serie	Cantidad	%
Población 18-60 años, empleo directo en turismo	28	3
Población 18-60 años, empleo no turismo	869	97
Población 18-60 años Total	897	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Censo de Población y Vivienda Ecuador 2010. SIISE. Elaboración: Autores.

En relación al indicador: No. de personas con empleo indirecto, se evidencia que en los emprendimientos vinculados al turismo, laboran 59 personas, de los cuales 2 son menores de edad; de igual forma, si comparamos con la totalidad de la población en edad de producción, los em-

prendimientos relacionados al turismo han generado empleo indirecto para aproximadamente el 7% de la población en edad de trabajar. Este porcentaje demuestra que la población que trabaja en emprendimientos vinculados al turismo es muy reducido.

**Tabla 7: Empleo indirecto.**

Serie	Cantidad	%
Población 18-60 años indirecto turismo	57	6,4
Población menor 18 años indirecto turismo	2	0,2
Población 18-60 años turismo	28	3,1
Población 18-60 años no turismo	810	90,3
Total	897	100,0

Fuente: Encuesta a los emprendimientos vinculados al turismo de Salinas, 2015. Censo de población y vivienda Ecuador 2010. SIISE. Elaboración: Autores.

En cuanto al indicador: temporalidad del empleo, se visualiza que en los emprendimientos turísticos trabajan 28 personas, de las cuales, 13 laboran a medio tiempo, 10 a tiempo completo y 5 de manera ocasional; es decir, la mayoría trabaja a medio tiempo, consecuentemente sus ingresos se reducen, y están obligados a buscar otra actividad que complemente sus ingresos, normalmente las otras actividades son: la agricultura, la fuerza de trabajo en empresas de la zona o de Ibarra.

En los emprendimientos vinculados al turismo, laboran 59 personas, de las cuales, 51 lo hacen de manera ocasional, 6 a medio tiempo y solo 2 a tiempo completo; en este caso la temporalidad laboral es más preocupante; las

personas son contratadas solo por días en la mayoría de los casos, ganando un promedio de 12,00 usd/día; esta situación es más precaria en comparación a los trabajadores de los emprendimientos turísticos.

No necesariamente se debe entender que las personas que laboran tiempo completo, lo hacen de manera regular todo el mes; por el contrario, esta jornada de tiempo completo corresponde a un día, o dos en la semana; y de igual manera una o dos veces en el mes, todo depende de la demanda laboral que exista en ese momento. En su defecto, estas personas no tienen un contrato tiempo completo o medio tiempo de manera regular, sino que ganan el diario trabajando todo el día.

**Tabla 8: Temporalidad del empleo.**

Serie	Emprendimientos turísticos	%	Emprendimientos vinculados al turismo	%
Tiempo completo (8 h/día)	10	36	2	3
Medio tiempo (4h/día)	13	46	6	10
Ocasional	5	18	51	87
Total	28	100	59	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Elaboración: Autores.

En referencia al indicador: empleo remunerado, es posible evidenciar que, en los emprendimientos turísticos el 25% de los trabajadores reciben el salario básico, mientras que en los emprendimientos vinculados al turismo, lo reciben el 17%; nadie gana por su trabajo el salario digno y tampoco el salario acorde a la canasta básica; es notorio que el trabajo de las personas no es bien remunerado, debido a que, tanto para los emprendimientos turísticos como los

emprendimientos vinculados al turismo, la opción otro salario refleja el 75% y 83% respectivamente; este rubro oscila normalmente entre los 10 hasta 15 dólares diarios, dependiendo de la demanda del momento. El turismo no ha permitido que la población tenga un buen salario que le ayude a sostener el hogar con las condiciones mínimas de vida.

**Tabla 9: Empleo remunerado.**

Serie	Emprendimientos turísticos	%	Emprendimientos vinculados al turismo	%
Salario básico 354 usd	7	25	10	17
Salario digno 397 usd	0	0	0	0
Salario acorde a la canasta básica 653 usd	0	0	0	0
Otro salario	21	75	49	83
Total	28	100	59	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Elaboración: Autores.

En relación con el indicador: empleo no remunerado, se encuentra que 50% de los emprendimientos turísticos en Salinas son negocios familiares, mientras que, en los emprendimientos no turísticos corresponde el 42% a esta categoría; y en ambos casos los integrantes de la familia

reciben un salario, en base a las características descritas en el indicador anterior, es decir, en un gran porcentaje gana un salario diario.

**Tabla 10: Empleo no remunerado**

Serie	Emprendimientos turísticos	%	Emprendimientos vinculados al turismo	%
Personal del negocio son miembros de la familia	4	50	3	42
No Familiar	3	38	2	29
Mixto	1	12	2	29
Total	8	100	7	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Elaboración: Autores.

### Variable inversión turística

El número de emprendimientos turísticos que ofrecen sus servicios en Salinas son 8, los mismos que están clasificados por el tipo de productos que brindan, es así que existen 6 establecimientos de alimentación, 1 ofrece alojamiento y 1 se dedica a las artesanías. La actual oferta de servicios turísticos permite determinar que la parroquia no está consolidada como destino turístico, es un destino de paso, existe la mayoría de establecimientos dedicados a la alimentación porque el turista llega a la zona máximo por un día, por lo cual, casi no existen emprendimientos que brinden alojamiento en vista de que no existe la demanda para este servicio.

Los emprendimientos vinculados al turismo en Salinas son

cabello de las visitantes, estas últimas actividades que son parte y generan también un ingreso a las familias.

**Tabla 12: N° de emprendimientos vinculados al turismo.**

Tipo	Cantidad	%
Danza	4	57
Alimentación (bebidas, p. procesados)	2	29
Trenzas	1	14
Total	7	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos vinculados al turismo de Salinas, 2015. Censo de población y vivienda Ecuador 2010. SIISE. Elaboración: Autores.

**Tabla 11: N° de emprendimientos turísticos.**

Tipo	Cantidad	%
Alimentación	6	74
Alojamiento	1	13
Artesanías	1	13
Total	8	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Elaboración: Autores.

7, la mayoría con el 57% que corresponde a 4 grupos de danza que se han formado, siendo esta la principal atracción de los turistas cuando llegan en tren a la parroquia; existen otros pequeños negocios como la señora que vende jugo de caña, y las señoritas que realizan trenzas en el

En referencia al indicador: Monto de inversión, el mayor número de negocios que han generado inversión en emprendimientos turísticos son 3, el monto oscila entre 3 y 7 mil dólares; mientras que la inversión más alta sobrepasa los 10 mil dólares, pero esto corresponde a un solo emprendimiento; la inversión es variada, también existen 2 negocios que han invertido entre 7 y 10 mil dólares. El efecto contrario sucede en los emprendimientos no turísticos, debido a que 5 negocios tienen una inversión menor a 3 mil dólares, y solo dos cuentan con montos que llegan a 7 mil dólares, siendo el techo en esta categoría.

**Tabla 13: Monto de inversión.**

Serie	Emprendimientos turísticos	%	Emprendimientos vinculados al turismo	%
Menos de 3.000	2	25	5	71
Entre 3.001 y 7.000	3	38	2	29
Entre 7.001 y 10.000	2	25	0	0
Más de 10.001	1	12	0	0
Total	8	100	7	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Elaboración: Autores.

Variable visitantes

Con respecto al indicador: No. de visitantes por año, se ha encontrado que a partir del 18 de enero del 2012, la parroquia cuenta con un registro único de visitantes realizado por la empresa pública de ferrocarriles, en el cual,

se puede evidenciar que desde la rehabilitación del tren la procedencia de los visitantes es nacional, y esta tendencia se mantiene hasta la presente fecha, con un 80%; y solamente el 20% corresponde a los turistas extranjeros.

**Tabla 14: Visitantes por año.**

Año	T. Nacionales	%	T. Extranjeros	%	Total	%
2012	16394	86	2748	14	19142	100
2013	19903	88	2745	12	22648	100
2014	17952	70	7693,8	30	25646	100
Total	54249	80	13187	20	67436	100

Fuente: Ferrocarriles del Ecuador, 2015. Elaboración: Autores.

Acerca del indicador: perfil del visitante, y en base con el análisis del indicador anterior, el visitante nacional que acude a Salinas se encuentra principalmente en un rango de edad entre 21 y 50 años, las mujeres ocupan una mayoría importante, y la característica es viajar en familia, la mayoría de los visitantes son trabajadores privados y empresarios; la principal motivación para visitar la parroquia es viajar en tren y la más importante fuente de difusión es la propaganda realizada por la empresa de ferrocarriles. En cuanto al indicador: gasto del visitante, es posible evidenciar que los turistas nacionales para visitar Salinas tienen un presupuesto estimado de 20,00 usd al día por persona. Este monto está destinado a la adquisición de varios servicios entre ellos: alimentación, artesanías y transporte.

**Encadenamiento productivo**

Según el análisis del indicador: proveedores, en Salinas no existe una cadena productiva consolidada que permita generar un proceso de producción en el cual, colaboren varias familias con sus correspondientes emprendimientos, y así, permitir el fortalecimiento de la economía local; la actividad turística no ha logrado ser el motor de este encadenamiento, es así que, el 63% de proveedores son externos, casi todos los negocios salen a comprar materia prima en la ciudad de Ibarra, entre los proveedores más importantes están: el Mercado de Ibarra, la Coca Cola, Pronaca, Distribuidora de Pollos Don Fernando y los Abastos Mi Rey.

Los proveedores internos representan el 25%, se destacan los abastos del Sr. Pacheco, las empanadas de la Sra. María y el juego de ovo y tuna de la Sra. Verónica; es visible que son pequeños negocios que aportan con algunos productos, pero no representan realmente una microempresa en la cual su contingente sea significativo para fortalecer el encadenamiento productivo en Salinas y dinamizar la economía local. A los emprendimientos no turísticos se les preguntó sobre la materia prima que entregan a los negocios turísticos, el 86% responde: ninguno, el 14% manifiesta ayudar en la confección y arreglo de las prendas de vestir que son usadas básicamente en los grupos de danza.

**Tabla 15: Proveedores.**

Serie	Emprendimientos turísticos	%
Proveedores Salinas	2	25,0
Proveedores Externos	5	62,5
Sin especificar	1	12,5
Total	8	100,0

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Elaboración: Autores.

Según el indicador: intermediarios, los emprendimientos turísticos que trabajan en Salinas no utilizan intermediarios para comercializar sus productos, este hecho tiene en primera instancia una gran ventaja, debido a que, la venta es directa y esto permite que no exista comisiones lo cual, por una parte encarece el producto y también reduce las utilidades para el productor; sin embargo, no usar intermediarios también deja claro que los emprendimientos no están siendo manejados con lineamientos administrativos, se carece de estrategias de comercialización, promoción y publicidad hacia otros mercados externos, con el objetivo de ampliar las ventas y por ende mejorar sus ingresos. A los emprendimientos no turísticos se les preguntó si ellos venden algunos productos provenientes de emprendimientos turísticos, la contestación confirma el análisis planteado con un 100% de respuestas negativas en cuanto a este tema

**Tabla 16: Intermediarios.**

Serie	Emprendimientos turísticos	%	Emprendimientos vinculados al turismo	%
SI	0	0	0	0
NO	8	100	7	100
Total	8	100	7	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Elaboración: Autores.

#### Efectos sociales

La evaluación de los indicadores sociales tanto en los emprendimientos turísticos como no turísticos, referentes a pobreza, escolaridad, equidad de género, etnia e idioma permiten potenciar el efecto de los proyectos gubernamentales aplicados en la parroquia, especialmente el tren de la libertad; entre los privados, merece mencionarse el trabajo realizado por Klein Tours. De acuerdo a los censos de 2001 y 2010, la pobreza disminuyó 10 puntos y la pobreza por necesidades básicas insatisfechas también, por intervención de algunos factores endógenos y exógenos. Los niveles de escolaridad todavía son bajos, pero hay que insistir en la capacitación en tareas específicas del turismo, para que el servicio sea competitivo. Existe equidad de género de acuerdo a la distribución social del trabajo, es fundamental destacar que en el campo turístico es muy alta la participación de las mujeres. Existe preferencia para contratar afro ecuatorianos como una forma de destacar la cultura local a través de su gente. No hay todavía la urgencia de dominar otro idioma como el inglés debido a que, el turismo interno tiene un porcentaje bastante alto en la zona.

En base al criterio de las personas entrevistadas y además, de la observación de campo, es posible manifestar que en la parroquia no se han producido efectos sociales negativos, debido a que, primero es un destino de paso, y también, porque según manifiesta el Presidente del GAD Salinas, además se evidencia en el perfil del turista, que los usuarios del tren son personas con un nivel de preparación importante, lo cual ayuda a mantener una convivencia normal durante el poco tiempo que permanecen en la comunidad; también es importante destacar que la comunidad esta empoderada con el tema relacionado a la buena atención al turista.

### Variable pobreza

En Salinas, según el indicador necesidades básicas insatisfechas NBI, 924 pobladores se encuentran en el grupo de pobreza por NBI, lo cual corresponde al 53% de la población total. Dentro de la discusión se han incorporado los datos de la parroquia La Carolina, la cual se encuentra bastante cerca y cuenta con una estructura social, econó-

mica y ambiental de características similares a la parroquia de Salinas; la inclusión de esta parroquia tiene la finalidad de comparar los niveles de pobreza, en La Carolina el 96% de sus pobladores viven en una situación de pobreza por NBI, es importante destacar que la parroquia no cuenta con un potencial turístico importante y por ende, la actividad turística es casi nula. De esta manera es posible inferir que en Salinas, la presencia del tren y su respectiva actividad turística de alguna manera ha provocado mejorar los servi-

**Tabla 17: Pobreza –NBI-**

Serie	Salinas		La Carolina	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Pobres por NBI	924	53	2620	96
No pobres por NBI	812	47	111	4
Total	1736	100	2731	100

Fuente: Censo de Población y Vivienda Ecuador 2010, SIISE. Elaboración: Autores.

cios más básicos de la población como son: vivienda, salud, educación y empleo; situación que en cambio en La Carolina no se evidencia esta dotación de servicios; en base con este criterio es posible definir que el turismo en Salinas de manera indirecta ha tenido un cierto nivel de influencia, lo que ha permitido de alguna forma lograr que la población tenga mejores condiciones de vida y por consiguiente, se ha logrado reducir paulatinamente los niveles de pobreza.

### Escolaridad

El análisis del indicador: nivel educativo alcanzado, permite sostener que trabajar en turismo para los pobladores de Salinas ha significado acceder a la educación primaria en 1%, la secundaria en 4%, y universitaria en 6%, todo

esto en relación a la población total que asiste a centros de educación en sus diferentes niveles; son porcentajes bastante bajos, tomando en cuenta que es igual bajo el número de pobladores que trabaja en turismo, posiblemente en el nivel universitario se puede apreciar un leve interés y necesidad de formarse a este nivel en temas de turismo, sin duda, hace falta que la gente tenga conciencia de que la educación permite entre otras cosas, brindar un servicio de calidad que contribuya a transformar a Salinas como un destino turístico nacional. En los emprendimientos no turísticos es una realidad que se repite en porcentajes similares, exceptuando el porcentaje en la educación secundaria, el cual se incrementa levemente, es así que, se convierte en una necesidad colectiva la educación.

**Tabla 18: Escolaridad.**

Nivel educativo	Trabajadores de emprendimientos turísticos	%	Trabajadores de emprendimientos vinculados al turismo	%	Trabajadores de otras actividades	%	Población Salinas	%
Primaria	11	1	7	1	785	98	803	100
Secundaria	13	4	41	14	247	82	301	100
Universitaria	4	6	11	15	57	79	72	100
Posgrado	0	0	0	0	4	100	4	100
Otros	0	0	0	0	390	100	390	100
Total	28	2	59	4	1483	94	1570	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas.2015. Censo de Población y Vivienda Ecuador 2010, SIISE. Elaboración: Autores.

## Equidad de género

En función del indicador: porcentaje de participación de hombres y mujeres, en Salinas 26 mujeres, de un total de 28 personas, trabajan en los emprendimientos turísticos, y 53, de un total de 59 personas, lo hacen en emprendimientos vinculados al turismo, lo que corresponde al 3% y 6% respectivamente en relación a la población total de mujeres. Porcentajes muy altos dentro de la actividad turística, en relación a la participación

de los hombres, son prácticamente la mayoría, cumpliendo en demasía la equidad de género. Sin duda, que en relación a la población total, el porcentaje es bajo; la actividad turística necesita ampliar su producción y por lo tanto incluir al resto de mujeres, para que tengan las mismas oportunidades de crecer mediante un trabajo que les permita sostener a sus hogares.

**Tabla 19: Equidad de género.**

Nivel educativo	Trabajadores de emprendimientos turísticos	%	Trabajadores de emprendimientos vinculados al turismo	%	Trabajadores de otras actividades	%	Población Salinas	%
Mujeres	26	3	53	6	808	91	887	100
Hombres	2	0,2	6	0,7	846	99,1	854	100
Total	28	2	59	3	1654	95	1741	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Censo de Población y Vivienda Ecuador 2010 SIISE. Elaboración: Autores.

## Etnia

En relación al indicador: auto identificación, la población de Salinas está conformada por una abundante mayoría de afro ecuatorianos, y eso se refleja en porcentajes bastante altos de trabajadores tanto en los emprendimientos turísticos como no turísticos, trabajar en esta actividad ha

sido la oportunidad para consolidar su identidad cultural, de hecho, después del tren, el atractivo que caracteriza a Salinas es justamente las manifestaciones culturales negras, las cuales son presentadas a los turistas mediante danzas, comida, artesanías y otros.

**Tabla 20: Auto identificación ET-EvT.**

Serie	Emprendimientos turísticos	%	Emprendimientos vinculados al turismo	%
Afro ecuatorianos	23	82	58	98
Blancos	0	0	0	0
Mestizos	5	18	1	2
Indios	0	0	0	0
Total	28	100	59	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Elaboración: Autores.

### Idioma

El análisis del indicador: idioma extranjero, permite sostener que es una tendencia bastante marcada dentro de los pobladores de Salinas el desconocimiento de un idioma extranjero, entre los trabajadores de los emprendimientos no turísticos nadie sabe otro idioma, y lastimosamente hasta la presente fecha, el 82% de quienes trabajan en emprendimientos turísticos no dominan algún idioma extranjero, esto se debe principalmente a que la mayoría de turistas que visitan la zona son nacionales, entonces la necesidad de comu-

nicarse en otro idioma es mínima, aparte de que el nivel de educación y de ingresos, entre otros factores, que han sido tratados con antelación, no permiten invertir en este tipo de capacitación. Eso no significa que no sea importante conocer otros idiomas, y es un tema pendiente para los líderes del sector público y privado capacitar a la comunidad en este y sin duda en otros tópicos relacionados. El 18% que manifiesta conocer otro idioma, se refiere al inglés, pero el dominio del mismo es bajo.

**Tabla 21: Idioma extranjero ET-EvT.**

Serie	Emprendimientos turísticos	%	Emprendimientos vinculados al turismo	%	Población Salinas	%
SI	5	18	0	0	12	0,7
NO	23	82	59	100	1729	99,3
Total	28	100	59	100	1741	100,0

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Censo de Población y Vivienda Ecuador 2010 Redatam. Elaboración: Autores.

### Matriz evaluación de los efectos socioeconómicos generados por el turismo en Salinas.

La presente matriz ha sido adaptada para reflejar el nivel de impacto del turismo en el ámbito socioeconómico de la comunidad de Salinas, para lo cual, se presenta cuatro parámetros que han permitido evaluar los efectos, los mismos que se detallan a continuación:

- La intensidad, permite definir el grado de cambio sufrido en la comunidad en función de las actividades turísticas realizadas, este valor numérico oscila entre 0 y 3; correspondiendo a 0 cuando no existe ningún impacto, 1 representa bajo impacto, 2 significa mediano impacto y 3 corresponde a un alto impacto.
- La extensión, mide el alcance geográfico de los impactos generados en la comunidad, el valor numérico para este parámetro es: 3 alcance regional, 2 ámbito provincial, 1 alcance local y 0 cuando no existe impacto.
- El signo, ayuda a identificar a los impactos positivos y negativos, representados por el signo + y el signo - respectivamente, se adjudica el valor 0 cuando no existe impacto.
- La significancia, es un parámetro que resume los valores descritos anteriormente y permite representar en términos literales el nivel de impacto generado por el turismo en Salinas, en base con la siguiente clasificación: alto, mediano, bajo y neutro en el caso de no existir impacto.

**Tabla 22: Matriz de efectos socioeconómicos de Salinas.**

Matriz de evaluación de los efectos socioeconómicos provocados por el turismo en Salinas-Imbabura

Variable	Área económica		Intensidad	Extensión	Signo	Significancia
	Indicador					
A. Empleo	No. de personas con empleo directo		1	1	+	Bajo
	No. de personas con empleo indirecto		1	1	+	Bajo
	Temporalidad del empleo		1	1	-	Bajo
	Empleo remunerado		1	1	+	Bajo
	Empleo no remunerado		1	1	+	Bajo

B. Inversión Turística	No. de emprendimientos turísticos	2	1	+	Medio
	No. de emprendimientos no turísticos	2	1	+	Bajo
	Monto de inversión emprendimientos turísticos	1	1	+	Bajo
	Monto de inversión emprendimientos vinculados al turismo	1	1	+	Bajo
C. Visitantes	No. de visitantes nacionales por año	3	3	+	Alto
	No. de visitantes extranjeros por año	1	0	+	Bajo
D. Encadenamiento Productivo	Proveedores Salinas	0	0	-	Neutro
	Proveedores externos	3	2	+	Alto
	Intermediarios Salinas	0	0	0	Neutro
	Intermediarios externos	0	0	0	Neutro
<b>Área social</b>		<b>Intensidad</b>	<b>Extensión</b>	<b>Signo</b>	<b>Significancia</b>
<b>Variable</b>	<b>Indicador</b>				
A. Escolaridad	Nivel educativo alcanzado	1	1	+	Bajo
B. Equidad de género	Porcentaje de participación de mujeres	2	1	+	Medio
	Porcentaje de participación de hombres	1	1	+	Bajo
C. Idioma	Idioma extranjero	1	0	0	Bajo

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas. 2015. Elaboración: Autores.

## CONCLUSIONES

La parroquia de Salinas, de acuerdo con los datos los dos últimos censos, ha tenido un evidente progreso en indicadores sociales como nivel de pobreza y acceso a la educación; incluso en vías de comunicación, infraestructura y equipamiento, pero todavía no alcanza los niveles adecuados de desarrollo y calidad de vida.

El principal capital, dentro del patrimonio inmaterial de la comunidad de Salinas, es su cultura, que se manifiesta en forma de; la tradición oral, la música, las artesanías, la gastronomía, entre las más importantes; seguido muy de cerca del patrimonio material; estos dos elementos conforman mayoritariamente el potencial turístico de Salinas; el mismo que se complementa con los sitios naturales, los mismos que, en la zona son muy pocos, y no aportan significativamente dentro del potencial turístico de la comunidad.

La planta turística en Salinas, se concentra mayoritariamente en establecimientos de alimentación, debido a que la zona es un atractivo de paso, por lo cual, el servicio que tiene mayor demanda es la comida, sin duda que se ofrecen en menor proporción otros servicios como la guía, presentaciones artísticas, visitas a museos; estos servicios están englobados en un solo producto turístico "El tren de la libertad" que es ofertado por la empresa de ferrocarriles del Estado, la comunidad no ha presentado una oferta propia al mercado turístico.

Los registros de llegada de turistas a la parroquia, usando el tren, desde el año 2012, hasta la presente fecha, mantienen una tendencia estable; 21.000 es el número de visitantes promedio anual, con una muy elevada frecuencia de visitantes de procedencia nacional.

La participación de las mujeres tiene un grado bastante alto en el componente empleo de los emprendimientos turísticos; de este modo, el enfoque de género se compensa pues las mujeres han sido tradicionalmente excluidas en el acceso a los puestos de trabajo; desafortunadamente, la calidad del empleo aun es precario porque la actual afluencia de turistas todavía no es suficiente para incrementar las inversiones y mejorar las remuneraciones.

El todavía incipiente turismo comunitario no ha logrado, hasta ahora, sustituir a la principal actividad económica de Salinas que es la agricultura que es la fuente de ingresos de la mayoría de los pobladores. Y no debe hacerlo, pues la presencia de la agricultura debe ser complementaria al turismo.

El proyecto gubernamental del tren de la libertad todavía no genera el suficiente impacto en la economía de la comunidad, los beneficios sociales son mínimos e indirectos; mientras que los beneficios económicos de igual manera, son bajos, los emprendimientos generados tienen una baja inversión; por lo tanto, la producción de servicios, la generación de empleo, entre otros también es mínima, sin duda que cubre algunas necesidades, pero el impacto después de tres años de operación turística, no es representativo y es difícil sostener que el turismo ha logrado cambios significativos en el diario vivir de los pobladores de Salinas.

Es importante destacar que en la comunidad no se perciben aún efectos negativos provocados por el turismo en el ámbito social, debido principalmente porque es un atractivo de paso, el turista permanece en la parroquia un promedio de 4 horas, esto sumado a que, la comunidad se encuentra empoderada en recibir bien al turista, y el índice de inmigración es casi nulo, son los mismo pobladores los que se encargan de brindar los servicios.

**REFERENCIAS**

- Anzola, R. (2006).** El turismo como herramienta de apoyo al desarrollo rural. Instituto Interamericano de Turismo. Boca Ratón (USA).
- Cámara Provincial de Turismo. (2013).** Análisis estadístico del sector turístico. Quito. Recuperado de: [http://www.captur.travel/web2011/noticias\\_camara/documents/MORICEDASSUM2.pdf](http://www.captur.travel/web2011/noticias_camara/documents/MORICEDASSUM2.pdf)
- Castellanos, M. y Orgaz, F. (2013).** Potencialidades ecoturísticas de la República Dominicana. TURyDES. Santo Domingo.
- Castillo, E. (2011).** Proyectos turísticos, localización e investigación. México. Editorial Trillas.
- Chevez, T. (2011).** Turismo comunitario y su aporte al desarrollo local. Portoviejo.
- FEPTCE. (2007).** Guía de turismo comunitario del Ecuador. Ecuador.
- Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública. (sf).** Plan maestro del ferrocarril turístico patrimonial del Ecuador. Quito.
- Figuerola, M. (2004).** La organización técnica y administrativa de la política económica del turismo. Especial referencia al caso español. Cuadernos de Política Económica. Vol 7.
- Galí E., Majó J. & Vidal, D. (2000).** Patrimonio cultural y turismo: nuevos modelos de promoción en internet, Cuadernos de turismo, n° 6, pp. 73-87.
- García, A. (2006).** Guía para la Elaboración de Productos Turísticos. Corporación Metropolitana de Quito.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Santa Catalina de Salinas. (2013).** Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Santa Catalina de Salinas. Ibarra. Recuperado de: <http://www.ame.gob.ec/cooperacion/index.php/component/phocadownload/category/30-generacion-de-opportunidades?download=139:salinas-bombodromo-etnocultural-palenque>
- Instituto de Investigaciones Económicas-UNAM. (2014).** Boletín mensual: Momento Económico. Números 40, 41 y 42. México, D.F. Recuperado de: [http://www.iiec.unam.mx/sites/www.iiec.unam.mx/files/bol\\_mom\\_econ/boletin40-42\\_0.pdf](http://www.iiec.unam.mx/sites/www.iiec.unam.mx/files/bol_mom_econ/boletin40-42_0.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2010).** Censo de población y vivienda 2010. Ecuador. Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2010).** Sistema integrado de consultas. Redatam. Censo de población y vivienda 2010. Ecuador. Recuperado de: <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>
- Ley de Turismo. (2002).** Ley 97. Registro oficial suplemento 733 de 27 de diciembre de 2002. Última modificación: 06 de mayo de 2008. Quito.
- López, T. & Sánchez, S. (2009a).** Turismo comunitario y generación de riqueza en vías de desarrollo: Un estudio de caso en el Salvador. REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos, N° 30.
- López, T. & Sánchez, S. (2009b).** Desarrollo socioeconómico de las zonas rurales con base en el turismo comunitario. Un estudio de caso de Nicaragua. Cuadernos de Desarrollo Rural, n° 6.
- Maldonado, C. (2006).** Turismo y comunidades indígenas. Documento de trabajo Núm. 79. Organización Internacional de Trabajo.
- Manyara, G. y Jones, E. (2007).** Community-based tourism enterprises development in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction. Journal of Sustainable Tourism, Vol. 15, N° 6, pp. 628-644.
- McKercher, B. & Du Cros, H. (2002).** Cultural Tourism: The partnership between tourism and culture heritage management. Oxford: The Haworth Hospitality Press.
- Ministerio Coordinador de Desarrollo Social.** Sistema de indicadores sociales del Ecuador. Censo de población y vivienda 2010. Recuperado de: <http://www.siise.gob.ec/siiseweb/>
- Ministerio de Turismo (2007).** Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020. Quito.
- Ministerio de Turismo (2012).** Informe de gestión 2012. Quito.
- Ministerio de Turismo (2015).** Coordinación General de Estadística e Investigación. Principales indicadores 2015. Boletín de Marzo. Quito-Ecuador. Recuperado de: <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/BoletinesEstadisticos/Turismo-Receptor/Boletines-estadisticos-reporte-mensual-de-turismo-receptor-marzo-2015.pdf>
- Mohonk Agreement (2000).** Taller de Turismo Sostenible y Ecoturismo. Mohonk Mountain House. New York.
- Monreal, P. (2003).** El turismo como industria cultural. Hacia una nueva estrategia de desarrollo turístico en América Latina y el Caribe. Patrimonio Cultural y Turismo. Cuadernos 3, pp.213-236. CONACULTA, México DF.
- Nae-Wen, K. & Pei-Hun, C. (2009).** Quantifying energy use, carbon dioxide emission, and other environmental loads from island tourism based on a life cycle assessment approach. Journal of Cleaner Production, vol. 17, n° 15
- Nyaupane, P., Duarte B. & Lorraine, D. (2006).** The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunnan, China. Tourism Management, vol. 27.
- Organización Mundial del Turismo. (1999).** Desarrollo turístico sostenible: Guía para planificadores locales. Madrid.
- Organización Mundial del Turismo. (2000).** Taller de indicadores de sostenibilidad en turismo para los países de Sudamérica (Informe Final), Villa Gesell, Argentina.
- Organización Mundial del Turismo. (2005).** Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos: Guía práctica. Madrid.
- Palomo, S. (2003).** El turismo y la cooperación al desarrollo. Jornadas de Turismo y Cooperación al desarrollo. Barcelona.
- Reglamento general a la Ley de Turismo. (2004).** Registro oficial 244 de 05 de enero 2004. Última modificación: 09 enero de 2008. Quito.
- Reglamento para los centros turísticos comunitarios. (2010).** Registro oficial 154 de 19 de marzo de 2010. Quito.
- Richards, G. (2001).** El desarrollo del turismo cultural en Europa. Estudios Turísticos n° 150, 3-13.
- Sánchez, C. (2002).** Turismo y estética formativa Rev. 1. Vol. V. Colombia.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Senplades. (2013).** Plan nacional para el buen vivir 2013-2017. Quito. Recuperado de: [www.buenvivir.gob.ec](http://www.buenvivir.gob.ec)
- Valls, J. et al. (2004).** Gestión de destinos turísticos sostenibles. Barcelona.

# Perfil del turista que ocupa la planta hotelera de Otavalo, provincia de Imbabura, Ecuador

## Profile of the tourist using the hotels in Otavalo, province of Imbabura, Ecuador

Flor Mayra Realpe Sandoval<sup>1</sup> y Nhora Magdalena Benítez Bastías<sup>2</sup>.

El turismo es una fuente importante de crecimiento económico local. Esto implica que es muy relevante conocer los gustos, preferencias y hábitos de viaje del turista, de manera de incorporar criterios técnicos en la planificación de la inversión pública y privada, y en la creación, innovación o especialización de productos turísticos. La planta hotelera de Otavalo, provincia de Imbabura, Ecuador, juega un rol importante en la actividad turística de la zona; sin embargo existe un alto nivel de desconocimiento de la situación actual de la demanda turística. Es por ello que en esta investigación se determinó el perfil del turista que ocupa la planta hotelera de Otavalo, de forma de contribuir al diseño de la oferta turística. Se utilizó un diseño no experimental de corte transversal. La población objeto de estudio estuvo conformada por los representantes de los establecimientos de alojamiento (Censo) y por los turistas nacionales y extranjeros (n=380) del primer semestre de 2015. También se realizaron entrevistas en profundidad a los principales gestores públicos de turismo. Los principales resultados muestran que predomina la presencia de turistas extranjeros (61%). El turista nacional se caracteriza por tener educación superior, entre 26 y 35 años de edad (34%), soltero (48%), del tipo profesional universitario (57%), con ingresos mensuales menores a 800 dólares (62%), y que realiza turismo dos o tres veces al año. La mayoría procede de las ciudades de Cuenca, Guayaquil y Esmeraldas (70%). El turista extranjero también posee educación superior, hombre (53%), entre 18 y 25 años de edad (55%), soltero (73%), del tipo profesional universitario (60%), con ingresos mensuales entre 3.000 y 5.000 dólares (41%), y que realiza turismo más de cuatro veces al año (54%). La mayoría procede de Estados Unidos, Canadá, Alemania y España (58%). Una importante implicancia de esta investigación es que se debe mejorar Otavalo como destino turístico, a través del rescate, visibilización y revalorización del patrimonio cultural material e inmaterial para la realización de rutas turísticas.

**Palabras clave:** Hábitos de viaje, oferta turística, destino turístico, patrimonio cultural, rutas turísticas.

Tourism is an important source of local economic growth. This makes it highly relevant to know tourists' tastes, preferences and traveling habits so as to incorporate technical criteria in planning public and private investment, and in the creation, innovation or specialization of tourist products. The hotel offerings in Otavalo, province of Imbabura, Ecuador, play a major role in the area's tourism; however, there is a high level of uncertainty about the current state of demand. Therefore, this investigation determined the profile of the tourist who uses the hotels in Otavalo as a way of contributing to the design of the tourism offering. A cross-sectional non-experimental design was used. The study population was comprised of representatives from the accommodation establishments (Census) and by national and foreign tourists (n=380) from the first half of 2015. Also, in-depth interviews were conducted with the main public-sector tourism managers. The main results show a predominance of foreign tourists (61%). The domestic tourist is characterized as having higher education, between 26 and 35 years of age (34%), single (48%), a university-educated professional (57%), with a monthly income under 800 dollars (62%), and who travels as a tourist two or three times a year. Most come from the cities of Cuenca, Guayaquil and Esmeraldas (70%). The foreign tourist also has higher education, male (53%), between 18 and 25 years of age (55%), single (73%), university-educated professional (60%), with a monthly income between 3,000 and 5,000 dollars (41%), and who travels as a tourist more than four times a year (54%). Most come from the United States, Canada, Germany and Spain (58%). An important implication of this study is that Otavalo needs to be improved as a tourist destination through the rescue, publicizing and revaluation of its material and intangible cultural heritage in order to create tourist routes.

**Key words:** Traveling habits, tourism offering, tourist destination, cultural heritage, tourist routes.

(Presentado: noviembre 11, 2015. Aceptado: diciembre 29, 2015)

<sup>1</sup>Universidad Técnica del Norte, de la ciudad de Ibarra, Ecuador. vivaalma@yahoo.es

<sup>2</sup>Docente y Coordinadora de la Carrera de Turismo de la Universidad Técnica del Norte, de la ciudad de Ibarra, Ecuador. nmbenitez@qutn.edu.ec

**INTRODUCCIÓN**

El cantón Otavalo de la provincia de Imbabura es reconocido internacionalmente por ser poseedor de extraordinarios recursos paisajísticos naturales y culturales, además, es referente de desarrollo en Ecuador, por lo tanto, visitado por miles de turistas nacionales e internacionales, motivados por las formas y modos de vida de los otavaleños.

Son muy escasos los estudios sobre los perfiles de los turistas y nivel de satisfacción ejecutados en los diferentes destinos turísticos de la provincia de Imbabura y particularmente en Otavalo. Durante los últimos siete años se evidencia un estudio sobre el perfil del turista y su predisposición para extender la estadía y realizar la excursión en tren a vapor Otavalo-Ibarra, obteniendo como resultado un 68% de aceptación del total de encuestados. (Dirección de Turismo de Otavalo, 2014), esta investigación, en su mayoría fue aplicada a turistas de paso.

La escasa información sobre el perfil del turista que visita los atractivos turísticos y la planta hotelera del cantón Otavalo se debe a varias causas, una de ellas se debe a la falta de una política y planificación a partir de los responsables de los Organismos estatales locales y regionales que se constituyen en responsables de la gestión turística pública de Otavalo. Esta situación ha ocasionado una desatinada inversión en el sector turístico por el desconocimiento de lo que prefieren y buscan los visitantes. Adicional a ello existe poca organización por parte de los propietarios de la planta hotelera, quienes deberían ser los más interesados en tener conocimiento sobre el perfil del turista, pues en base a eso podrían mejorar e innovar sus instalaciones y servicios, y exigirían a las autoridades competentes a reactivar la economía turística, tomando como referencias los gustos y preferencias de los visitantes.

Es evidente, que el turismo es una fuente importante del crecimiento económico local, por lo que es necesario conocer los gustos, preferencias y hábitos de viaje del turista, con lo que se logrará una inversión pública y privada de una forma técnica y planificada.

Además, el desconocimiento de los gustos y preferencias de los turistas que visitan el “Valle del Amanecer”,

ha generado que se mantenga una oferta convencional y tradicional de acuerdo a la opinión de los empresarios turísticos y por lo tanto es necesario que se oriente a la satisfacción de las necesidades de los visitantes, Otro de los motivos, es no contar con personal capacitado en el diseño de boletines informativos del perfil del turista, lo que ha generado que la recopilación de los datos del visitante se acumule en los registros de los establecimientos de alojamiento y no sean publicados ni difundidos a la población.

De continuar así, lo único que se generará es un retraso en el desarrollo socio económico del cantón, puesto que el desconocimiento sobre el perfil del turista, solo provocará el desvío del presupuesto turístico en actividades no productivas, ya que no estarán orientadas a satisfacer las verdaderas necesidades de los visitantes; además afectará la toma de decisiones futuras por parte de las autoridades y de igual manera les impedirá a los operadores privados planificar adecuadamente sus servicios. Los aspectos antes mencionados han motivado el desarrollo de la investigación, que ha tenido como objetivo determinar el perfil del turista que ocupa la planta hotelera del cantón Otavalo, para lo cual, se inició reconociendo la situación actual de los establecimientos que conforman la planta hotelera del cantón, para en lo posterior poder definir el perfil sociodemográfico, socioeconómico y los hábitos y motivos de viaje del turista que pernocta en dichos establecimientos; por último plasmar y difundir los resultados obtenidos a través del diseño de un boletín del visitante. Este trabajo ha sido realizado con la finalidad de actualizar el perfil del turista de Otavalo en base a la situación actual y real del flujo de visitantes en el cantón Otavalo.

Para tal efecto, se ha considerado que los establecimientos de alojamiento son los más idóneos para obtener información sobre el perfil del turista, en vista que los visitantes que se hospedan de uno a tres días pueden experimentar y explorar con mayor intensidad la oferta turística y dar una opinión más real a comparación de los comentarios dados por los excursionistas de paso.

En la actualidad, la planta hotelera del cantón Otavalo juega un papel muy importante en la actividad turística y por ende son establecimientos fundamentales para la

recopilación de información sobre el visitante que hace uso de este servicio, pero los pocos datos con los que cuenta, son obtenidos a través del registro de turistas y de manera reservada, lo cual solo ha generado incertidumbre y desconocimiento de la situación actual de la demanda turística.

La presente investigación tiene como beneficiarios directos a los establecimientos de alojamiento del cantón, pues al contar con un estudio completo sobre el perfil del turista favorecerá la declaración de políticas y desarrollo de productos y servicios turísticos que cubran las necesidades de los visitantes.

Por otra parte, los beneficiarios indirectos serán los empresarios turísticos y todas aquellas personas que hagan del turismo su sustento de vida y por ende las personas cuyas actividades se vinculan con la actividad turística, es decir, toda la colectividad en general, pues es así, como una vez más el turismo confirma ser un fenómeno social y económico.

El estudio del perfil del turista del cantón Otavalo y el diseño de un boletín estadístico, es una necesidad real a nivel local, por lo que es factible su realización, a través de la cooperación de los establecimientos de alojamiento y los turistas.

La presente investigación permite disponer de información sobre los gustos, preferencias y necesidades de los turistas que visitan los atractivos turísticos y hacen uso de los establecimientos de alojamiento del cantón Otavalo; lo cual contribuirá a una adecuada planificación turística y una acertada toma de decisión con respecto a la creación, innovación o especialización de productos turísticos, fundamentándose en la afluencia de los segmentos de mercado; generando de esta manera una mayor satisfacción de la demanda y por ende un incremento de los ingresos a nivel local.

Además, lo que se pretende es que el estudio del perfil del turista se institucionalice como un sustento técnico para el desarrollo sostenible del turismo, en vista de que es una necesidad real a nivel local y que es en base a esta información que se debe y tiene que mejorar y crear acertadamente la oferta turística y no emprender en supuestos ficticios.

Es importante iniciar conociendo el origen etimológico

de la palabra turismo, para poder tener una visión de lo que implica estudiar este tema.

Según De la Torre (1994), la palabra turismo “proviene del tour o turn, derivado del verbo latino tornare que se deriva a su vez del sustantivo tornus, que significa volver, girar o retornar, en suma quiere decir ir y volver” (p. 2), de acuerdo a esta definición, se puede deducir que el turismo estudia o trata sobre los movimientos o desplazamientos que efectúan las personas a un lugar determinado y su retorno al sitio de partida.

Por lo tanto, tomando como referencia lo anterior, existe un sinnúmero de definiciones con respecto al turismo, de lo cual prevalece la expuesta por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994, citado por Sancho (s.f.), p. 11) que manifiesta que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

Según esta definición se puede mencionar que el turismo es un fenómeno social puesto que, involucra a personas que por diversos motivos, menos lucrativos, se desplazan de un lugar a otro con la finalidad de descansar y tener un momento de esparcimiento, lo cual, les conlleva a la realización de diferentes actividades en el destino visitado, generando de esta manera beneficios económicos y por ende una mejor calidad de vida para sus habitantes.

Según Acerenza (2009); Cárdenas (1999) el turismo se puede clasificar de diferentes maneras, tomando en cuenta algunas características, que permiten marcar la diferencia entre una clasificación y otra, por lo cual se puede distinguir las siguientes:

Según el motivo del viaje: Religioso, sol y playa, cultural, rural, gastronómico, de salud, de aventura, etc. Según la forma del viaje: Individual y grupal. Según el tipo de viaje: Independiente y organizado. Según el tipo de operación: Receptivo y emisor. Según la permanencia en el lugar de destino: Itinerante y de estancia. Según la renta del viajero: Turismo de élite, de masas, y social.

De acuerdo a la necesidad de la presente investigación se ha considerado tomar en cuenta al turismo convencional o vacacional, que es aquel que se realiza por

placer, descanso o recreación; turismo especializado se practica para satisfacer expectativas de aventura e interés científico; turismo de afinidad o interés común se relaciona con las motivaciones profesionales, religiosas o filosóficas.

Según los expertos, entre los motivos o causas más fundamentales que impulsan a las personas a realizar turismo, se encuentran las siguientes: conocer países y pueblos con diferentes cultura; conseguir paz mental y salud física; deleitarse con la belleza paisajística del lugar; saciar su fe y devoción religiosa; presenciar manifestaciones políticas. Otra de las clasificaciones del turismo es según el sentido del viaje, la cual es utilizada y reconocida por la Organización Mundial del Turismo (OMT), y que refiere al turismo interno, cuando los residentes de un país viajan dentro del mismo país; turismo receptor se refiere a los turistas que recibe un país desde otras latitudes del mundo y el turismo emisor, en el cual los residentes de un país salen fuera de él.

Estas tres clasificaciones pueden combinarse entre sí y se obtiene tres clasificaciones tales como: turismo interior en relación a la suma del turismo interno más el receptor; turismo nacional considerado como la suma del turismo interno más el emisor y el turismo internacional equivale a la suma de turismo receptor más el emisor.

Para la presente investigación, es más útil la clasificación del turismo según los motivos del viaje, pues permite identificar y cuantificar ciertas características de la demanda turística, lo cual facilita perfilar al turista y en base a ello establecer políticas comerciales, promocionales y de planificación estratégica para el mejor desarrollo del sector turístico.

#### Mercado turístico

Para Montaner (2008), desde el punto de vista económico, "el mercado turístico constituye el lugar de encuentro entre la oferta y la demanda turística" (p. 23), según esta definición se puede deducir que el espacio del mercado turístico puede ser tanto físico como virtual, pero es importante mencionar que la actividad turística se caracteriza por ofrecer servicios antes que bienes en el mercado y que la demanda turística, es realmente amplia, a tal punto que supera las fronteras físicas, ya que el producto turístico no se desplaza sino que es el turista

el que viaja en busca de un determinado producto, esta característica, sin duda añade una mayor dificultad en el análisis del perfil de la demanda de un determinado servicio o producto turístico.

#### Características del mercado turístico

Surge una serie de particularidades que dan paso a varias características que lo diferencian del resto de mercados de intercambio de bienes, tal como lo asegura Olmos y García (2011) en el siguiente planteamiento:

- En el mercado turístico no se intercambian productos sino, principalmente servicios, por lo que es de naturaleza intangible.
- Este mercado se ve muy condicionado por el entorno que le rodea, como son los factores de la política, las crisis económicas, los atentados terroristas, etc.
- En este mercado el producto turístico no se desplaza, sino que es el turista el que viaja en busca de un determinado producto.
- No existe la posibilidad de almacenar los servicios turísticos, por lo que un servicio no vendido es un servicio perdido.
- Es un mercado altamente estacional, que da lugar a desequilibrios entre la oferta y demanda a lo largo del año.
- Este mercado tiene una alta necesidad de recursos humanos, por ser un sector de servicios es muy difícil sustituirlo por tecnología.
- Para que se facilite un servicio turístico es necesario que participe el cliente, sino nunca se podrá prestar un servicio turístico.

Como se puede evidenciar, según las características del mercado turístico, es un sector enfocado a brindar servicios y debido a la ausencia de barreras geográficas, la captación de nuevos clientes requiere de un mayor esfuerzo en analizar el perfil del turista y así conocer las verdaderas motivaciones de la demanda.

#### Componentes del mercado turístico

Según Cárdenas (2007); Olmos y García (2011) manifiestan que el mercado turístico se constituye de tres componentes fundamentales, que son la oferta turística, que se integra por el conjunto de bienes y servicios turísti-

cos puestos en el mercado para satisfacer las necesidades de los turistas; la demanda turística se forma a partir de un conjunto de turistas que están predispuestos a consumir bienes y servicios turísticos y los agentes turísticos que se encargan de la organización, regulación y promoción del mercado turístico, entre ellos están los organismos y los empresarios turísticos.

#### Segmentación del mercado turístico

El mercado del sector turístico está conformado por una gran cantidad de turistas de todo el mundo y gracias al sinnúmero de desplazamientos que estos realizan, se generan ingresos considerables para las naciones, es por tal motivo, que se debe hacer uso de herramientas que permitan identificar y conocer a los distintos grupos de consumidores de los diferentes bienes y servicios turísticos.

Tal como lo asegura Ramírez (2006) "la segmentación de mercados turísticos consiste en dividir un mercado en segmentos lo más homogéneos y diferenciados posibles, para lograr mayor información sobre los mismos en especial sobre su dimensión y localización" (p. 84), como se puede notar, segmentar un mercado turístico, consiste en un proceso que permite fragmentar el mercado total en partes, para poder delimitar a los consumidores de los distintos productos turísticos y de esta manera satisfacer de mejor manera sus necesidades.

Además, el hecho de segmentar el mercado permite al empresario turístico, reconocer al segmento de mercado-meta, facilitando el diseño y promoción de los productos turísticos hacia un grupo de turistas que presentan iguales preferencias y comportamientos similares, factor que se debe tomar en cuenta, al momento de competir en un mercado completo y con competidores superiores. En adelante es necesario establecer los criterios de segmentación, para lo cual se ha basado en lo planteado por Iglesias (2005); Ojeda y Mármol (2012) son los criterios geográficos que hacen referencia al país, región, categoría, clima, población; los criterios demográficos en relación a la edad, sexo, tamaño familiar, ciclo de vida familiar y composición familiar y los criterios socioeconómicos fundamentados en el nivel de ingresos, nivel de educación, religión, raza, nacionalidad, profesión y clase social.

También son importantes los criterios de personalidad y de estilo de vida, cuya clasificación se refiere a los laboriosos que gustan de las tradiciones, el orden y un modo de vida práctico; los conservadores se mantienen unidos al pasado y los moralistas son autoritarios, puritanos, individualistas, adictos al ahorro. Finalmente se mencionan los criterios de comportamiento, que se refieren a los hábitos de consumo y los criterios psicológicos en relación a las cualidades de seguridad, economía y comodidad.

Por otra parte, los expertos Iglesias (2005); Ojeda y Mármol (2012), manifiestan que en la práctica no se deben establecer demasiados segmentos porque esto perjudicaría la tarea de comercialización. Lo que se hace es agrupar segmentos de características similares hasta llegar a un grupo lo más homogéneo posible y de esta manera poner en marcha una política y estrategia de marketing eficaz.

Es importante recalcar que el uso de los criterios y las variables dependerá de los objetivos planteados, de la necesidad y el entorno de la investigación, además se puede utilizar los criterios de forma aislada o combinada.

Para la comprensión de las etapas de segmentación de mercados, luego de analizar las propuestas de varios autores, se pudo llegar a la conclusión, que el esquema planteado según García (2008, p. 255) es el más apropiado para la realidad de la ciudad de Otavalo, para el efecto se plantea cumplir con el siguiente procedimiento: análisis exploratorio y especificación del mercado a segmentar; diseño de la investigación y obtención de la información; Identificación y caracterización de los segmentos y selección de los segmentos objetivos y planificación de la estrategia comercial

Para concluir con la importancia de realizar la segmentación dentro del mercado turístico es vital mencionar lo que argumentan Ojeda y Mármol (2012) al respecto: Mediante la segmentación del mercado turístico se detectan y analizan las oportunidades que da el mercado, se pueden descubrir segmentos que están sin atender, permite conocer los gustos y preferencias de los consumidores y adecuar los productos y las políticas de marketing a sus preferencias. (p. 24).

**Oferta turística**

Tal como lo asegura la Organización Mundial de Turismo (OMT, citado en Jiménez 2013):

La oferta turística está integrada por los elementos que atraen al turista a un destino determinado y satisfacen todas sus necesidades, así se podría indicar como componentes de la oferta los recursos turísticos, la planta turística (conjunto de empresas relacionadas con el sector), las infraestructuras y transportes y los elementos institucionales sobre los que se desarrolla. (p. 80).

Teniendo presente lo anterior se puede agregar que la oferta turística es el conjunto de productos o servicios que sobre todo tienen un poder de atracción y motivación hacia los turistas, pero que también están sujetos a una calidad y precio y que deben competir en el mercado con la finalidad de satisfacer las necesidades de los turistas y de esta manera conseguir una demanda sólida que permita obtener una rentabilidad y beneficios para el desarrollo y progreso de la industria turística.

Por último, Jiménez (2013) señala que la oferta turística tiene una mayor participación por parte del sector privado, pero siempre manteniendo un trabajo conjunto con el sector público, puesto que éste se encarga de la identificación y evaluación de los recursos turísticos, así como del desarrollo de la infraestructura, la promoción, la normatividad y la capacitación en el sector turístico.

Para tener una visión general de todos los elementos que conforman la oferta turista, se procederá a presentar el esquema planteado según Olmos y García (2011, p. 24) resaltan los recursos turísticos (Recursos naturales; Recursos históricos, artísticos y patrimoniales; Folclore; Empresas, centros industriales, centros científicos y técnicos; Eventos; Recursos complementarios); infraestructura de transporte; sanidad; culturales, deportivas y de ocio; de señalización, paneles y placas informativas; seguridad y protección del turista; comunicación; Suministros y Otras infraestructuras (paseos marítimos, miradores, baterías sanitarias, etc.); planta turística (Alojamiento, Intermediación; Transporte, Restauración y Entidades de Información Turística).

**Planta turística**

Para Gurria (1991) "la planta turística está conformada por las instalaciones y el equipo de producción de bie-

nes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino escogido. Fundamentalmente son los siguientes: transporte, alojamiento y alimentación" (p. 52), según esta definición en primera instancia se consideraba solo a estos tres elementos como parte de la planta turística, sin tomar en cuenta otros factores que son de gran importancia en el momento cuando un turista se desplaza a un destino turístico.

Por tal motivo, el esquema planteado por Olmos y García (2011), donde manifiesta que la planta turística está conformada por alojamiento, restauración, transporte y entidades de intermediación e información turística, es una definición más completa y acercada a la realidad de los actuales tiempos.

Sin duda, el servicio de alojamiento existe desde hace mucho tiempo, desde las posadas de la época bíblica hasta los modernos establecimientos hoteleros en la actualidad.

El alojamiento se ha transformado de muchas y varias maneras a través del tiempo, sin embargo, el servicio fundamental es satisfacer las necesidades de los turistas al momento del descanso en el transcurso de sus desplazamientos.

Para tener una idea más clara de lo que es un establecimiento de alojamiento, se presenta la definición de Gallego (2011) que manifiesta que se trata de "un establecimiento destinado a prestar el servicio de alojamiento en forma habitual o temporal a cambio de una tarifa pre – establecida y de manera complementaria una serie de servicios auxiliares destinados a brindar comodidad, seguridad y satisfacción a los usuarios" (p. 23), según esta definición se puede reafirmar que a pesar de los elementos complementarios que brinde este tipo de establecimiento el objetivo principal es satisfacer la necesidad de descanso y pernoctación del viajero.

Según el Reglamento General de Actividades Turísticas del Ecuador, (2008), se denominan establecimientos de alojamiento a los que de manera frecuente se dedican a proveer de alojamiento a las personas que necesitan de este servicio durante sus desplazamientos, a cambio de un costo establecido, por lo cual puede o no disponer de servicios complementarios.

El Ministerio de Turismo será el organismo encargado de determinar la categoría de los establecimientos hoteleros a través de la designación de la estrella como distintivo, se procederá a colocar desde cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, lo que corresponde a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categoría. Esta categorización se realiza dependiendo del tipo de ins-

talaciones que posean y la calidad de los servicios que ofrezcan.

Para la presente investigación y de acuerdo a la realidad del cantón Otavalo, es necesario la explicación de solo lo concerniente a los establecimientos de alojamiento de primera, segunda y tercera categoría que a continuación se detalla en la siguiente tabla.

**Tabla 1. Clasificación de la planta hotelera de Ecuador.**

Clasificación	Capacidad	Servicios
Hotel	Mínimo 30 habitaciones.	Alojamiento Comidas Bebidas
Hostal	Mínimo 12 y máximo 29 habitaciones.	Alojamiento Alimentación
Hostal Residencial	Mínimo 12 y máximo 29 habitaciones.	Alojamiento Cafetería (ofrece solo desayunos)
Pensión	Mínimo 6 y máximo 11 habitaciones.	Alojamiento Alimentación
Hostería Situada fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras	Capacidad no menor de seis habitaciones	Alojamiento Alimentación Dotado de jardines zonas de recreación y deportes
Cabaña Situada fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales	Mínimo 6 cabañas en edificaciones individuales y cuyos elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación	Alojamiento Alimentación

Fuente: Reglamento General de Actividades Turísticas del Ecuador, (2008). Elaboración Propia.

### Planta hotelera del cantón Otavalo

Según el catastro de servicios turísticos de Otavalo 2015, el cantón cuenta con un total de 66 establecimientos de alojamiento, de los cuales: dos son cabañas, 14 son

hostales, 27 son hostales residenciales, 5 son hoteles, 6 son pensiones, 11 son hosterías y una cabaña refugio albergue, como se detalla a continuación:

**Tabla 2. Planta hotelera de Otavalo.**

<b>N°</b>	<b>Cabañas</b>	<b>N°</b>	<b>Cabañas</b>
1	El Rocío # 2	18	Mirador de Otavalo
2	Rose Cottage Hostales	19	Pedregal Otavalo Punku
1	La Plaza Rosa	20	Los Ponchos Inn
2	Alimicuy # 2	21	Rincón del Viajero
3	Curiñan	22	Riviera Sucre
4	Doña Esther	23	Ruizseñor
5	El Indio	24	Runa Paccha
6	Mashys	25	Runaway Inn
7	La Posada del Quinde	26	Samana
8	El Rincón de Belén	27	Santa Martha Hoteles
9	Santa Fe # 1	1	Acoma
10	Santa Fe #2	2	El Indio Inn
11	Tamia Taki	3	El Coraza
12	Valle del Amanecer	4	Otavalo
13	La Casa Sol (Peguche)	5	Flores #2 Pensiones
14	Aya Huma (Peguche) Hostal Residencial	1	Hacienda San Juan de La Vega
1	Aly # 2	2	Sucre
2	Aly # 3	3	El Geranio
3	Aly Samaylla	4	Aly
4	America Inter	5	Casa de Korea
5	Chukitos	6	San Luis Hosterías
6	Copacabana	1	Hacienda Loma Tika (Carabuela)
7	Otavalos Inn	2	Ali Shungu Mountaintop Lodge (Yambiro)
8	Prince	3	Casa Mojanda
9	Andean Wasi Inn	4	La Luna de Mojanda
10	Los Andes	5	Las Palmeras de Quichinche
11	Cascada	6	El Romeral Asinda Wasi (Quichinche)
12	Chasqui	7	Hacienda Pinsaqui (Ilumán)
13	Colón	8	Cabañas del Lago(San Pablo)
14	Del Molino	9	Cusín(San Pablo)
15	Flores	10	Puerto Lago (San Pablo)
16	Flying Donkey	11	Sacha Ji (San Pablo) Cabañas Refugios Albergues
17	María	1	4 Volcanes Lodge (Araque)

Fuente: Elaboración propia.

## Demanda turística

Jiménez (2009), define a la demanda turística como: Los consumidores actuales y potenciales que desean, pueden y están dispuestos a disfrutar el conjunto de facilidades, atractivos, actividades, bienes y servicios turísticos en función del precio y su renta, en lugares distintos al sitio de trabajo y residencia habitual durante un cierto período de tiempo. (p. 71)

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede mencionar que la demanda turística es el componente más importante dentro del mercado turístico, puesto que son los consumidores de los bienes y servicios turísticos y por ende los que generan ingresos para el progreso de un destino turístico, es decir que sin la presencia de los turistas no existe una evolución del turismo.

Respecto a la clasificación de la demanda turística, Cooper et al. (1993), ofrece la siguiente clasificación, distinguiendo entre personas que viajan y aquellas que no viajan:

Demanda turística potencial que son todas aquellas personas que reúnen las condiciones ideales para comprar o consumir un determinado producto o servicio turístico, que por el momento no lo han hecho, pero que en el futuro lo podrían hacer y la demanda turística actual o real comprendida como el conjunto de personas que en la actualidad y en la realidad están comprando o consumiendo un determinado servicio o producto turístico.

De acuerdo a la Guía para Administraciones Locales de la Organización Mundial de Turismo (1999) se puede distinguir la siguiente tipología de los turistas, el viajero como aquella persona que viaja o se desplaza a cualquier parte del mundo, lejos de su domicilio, con el propósito de disfrutar de su tiempo libre y sin ejercer una actividad remunerada. Los viajeros considera-

dos en el sistema estadístico de turismo se denominan visitantes; el visitante es la persona que visita un país diferente al que habita, por un lapso de tiempo inferior a un año, por motivo de ocio, mas no para realizar una actividad retribuida. Los visitantes se dividen en: turistas y excursionistas.

Con base en las teorías de Sessa y Wahab (1975, citado en Jiménez, 2013) se hace referencia a tres características de la demanda turística:

- Elasticidad: Se refiere al grado de respuesta de la demanda turística a los cambios en la estructura de los precios y otras condiciones del mercado por lo que es evidente que cuando los precios aumentan en el mercado el número de consumidores disminuye y viceversa.
- Estacionalidad: Es la concentración de la demanda turística en el tiempo y en el espacio, puesto que no todo el tiempo sirve para hacer actividad turística y la demanda tiende a concentrarse en pocos espacios turísticos por causas como: condiciones climáticas, vacaciones escolares, feriados.
- Inestabilidad: Esto depende de hechos y factores externos al mercado, por lo que la demanda turística puede verse afectada por fenómenos completamente ajenos al mercado turístico, como son los desastres naturales, conflictos político-sociales, las crisis económicas y la inflación.

Los factores de la demanda turística según Hall (2005); Kotler (2007); Rigol (2009) son aspectos que permiten determinar o elegir a los turistas el realizar o no un viaje a un determinado lugar. Estos factores pueden ser internos o directos y externos o indirectos, como se observa en la siguiente tabla.

**Tabla 3. Factores de la demanda turística.**

**Factores Internos o Directos**

Condiciones propias de la persona, que determinan la posibilidad o no del viaje, con total independencia de las características del destino turístico.

**Renta:** Capacidad económica que se destina al consumo turístico.

**Tiempo:** Lapso que se dedica a la estancia temporal en el destino.

Para lo cual, se debe considerar tres tipos de tiempo:

**Tiempo laboral:** Dedicado a las actividades laborales.

**Tiempo libre:** Dedicado a las obligaciones familiares y sociales.

**Tiempo de ocio:** Dedicado al esparcimiento, descanso y diversión.

**Predisposición:** Deseos de viajar

**Grupo de factores de condiciones de zona**

Hacen atractiva la zona turística

**Estado de tiempo:** Condiciones de temperatura y precipitaciones

**Distancia cultural:** Diferencias culturales

**Calidad de los productos y servicios turísticos:** Se mide entre la expectativa del turista y su grado de satisfacción.

**La distancia económica:** Incremento que sufre el precio del viaje, en relación al precio del transporte

**Costo del precio del viaje:** Precio global por su desplazamiento y estadía.

**Factores Externos o Indirectos**

Condiciones que poseen las zonas turísticas, que inciden en la atracción o rechazo para la realización del viaje

**Factores económicos**

Condiciones de zona que inciden sobre el viaje del turista.

**La temporada turística:** Situación de la oferta y el acceso de la demanda, que dan origen a tres tipos de temporada:

**Alta:** Acceso masivo de turistas e incremento de los precios

**Media:** Disminuye el acceso de la demanda turística, pero si el atractivo tiene buenas condiciones se realiza promociones.

**Baja:** Demanda turística limitada, por ser la época establecida para las actividades laborales.

Fuente: Hall (2005); Kotler (2007); Rigol (2009). Elaboración propia.

## El turista

Panosso & Lohman (2012), definen al turista como “la persona que se desplaza hacia otras regiones o países distintos del propio con la finalidad de pasar allí momentos de ocio, conocer otras culturas, visitar lugares específicos que están ausentes en la región de residencia habitual, etc.” (p. 38), desde esta perspectiva, puede entenderse que el rol del turista es el del consumidor de servicios relativos al transporte y a la estadía en otras regiones.

Este personaje es el destinatario de la actividad económica que mueve enormes cifras de dinero por año. Por lo que, en la actualidad los distintos gobiernos, en su afán de atraer turistas que consuman en el país y promover la industria, suelen desarrollar políticas acordes, para alcanzar dicho propósito.

Las motivaciones turísticas son las causas principales que impulsan a las personas a movilizarse, pero sobre todo a elegir el destino turístico, las actividades que desean efectuar y el tipo de servicio que quieren recibir.

Según Montaner (2002); Boullón, (2009); Castellanos (2010); se puede distinguir las siguientes motivaciones:

Motivaciones físicas relacionadas directamente con las condiciones que permiten mejorar la salud de las personas, mediante la práctica de deportes y la visita a lugares que contribuyan a lograr un descanso mental y la relajación corporal, como lo es la recreación en las playas, el campo y los balnearios de aguas medicinales. Motivaciones culturales, que se manifiestan en el deseo de conocer las manifestaciones culturales y antropológicas existentes en otros países, como son los aspectos históricos, religiosos y artísticos.

Las motivaciones sociales tienen que ver con la necesidad de visitar a los amigos o familiares, pero también de conocer a nuevas personas para interrelacionarse. Las motivaciones de status y de prestigio buscan satisfacer y alimentar el ego y desarrollo personal, a través de sentirse reconocido y admirado por sus viajes realizados, un ejemplo claro de ello son los viajes de negocios, convenciones y de estudio y las motivaciones de

diversión y esparcimiento tienen como principal objetivo es disfrutar de un paseo que incluya actividades lúdicas y recreativas que al finalizar proporcionen un descanso mental y permitan salir de la rutina.

Es interesante saber que a través de las diferentes motivaciones se puede descubrir o inventar nuevos tipos o formas de realizar turismo y de esta manera lograr satisfacer las necesidades de los turistas.

Para Antón (2005); Nicolau (2010) determinar el perfil del turista significa investigar las características económicas y sociales (género, edad, nacionalidad, país de residencia, instrucción, ocupación) del turista en calidad de visitante, así como las características de sus viajes (motivo de desplazamiento, lugares visitados, días / noches de permanencia), los bienes y servicios turísticos consumidos, el gasto realizado, su nivel de satisfacción con respecto a la visita y sus expectativas futuras de retorno.

Es el resultado de un estudio elaborado para conocer el comportamiento de los turistas cuyo motivo de viaje fue diferente al de residencia o trabajo remunerado en el país.

Se trata de dar respuesta a diversas preguntas en torno a la figura del turista, para describir así la fotografía de sus características, los atributos que le definen y que le hacen interesante para cualquier agente que trabaje desde la oferta (empresario, asociaciones, instituciones) y para orientar la propia política turística y la promoción.

Para desarrollar el turismo, es necesario saber quiénes consumen este tipo de producto, cuáles son sus preferencias y características, para desarrollar productos que respondan a satisfacer sus necesidades e incluso a aumentar la probabilidad de retorno al destino.

Según Sierra (2009), las características fundamentales que se deben tomar en cuenta al momento de perfilar al turista, son las siguientes: país de residencia; motivaciones y modalidades del viaje; monto gastado; actividades realizadas; lugares visitados; tipo de alojamiento; tipo de alimentación y transporte utilizado.

Entre los aspectos del perfil del turista, de acuerdo a las conclusiones de Vignati (2009) & Raya (2011), para el análisis del perfil del turista se debe abordar cuatro

aspectos primordiales que son: el perfil sociodemográfico, el nivel socioeconómico, los hábitos de viaje y las motivaciones de viaje.

En adelante se trata de agrupar a los turistas en base a la semejanza de sus gustos, necesidades, preferencias y comportamientos con la finalidad de crear productos y servicios turísticos que permitan satisfacer sus requerimientos y proporcionar una buena experiencia en el destino turístico.

Desde el punto de vista psicográfico (perfil psicosocial del turista), que se refiere al análisis de la conducta, actitud y personalidad de los turistas, Stanley (2008), psicólogo norteamericano e investigador del comportamiento del visitante, propone que cualquier clasificación de tipos de turistas, dan lugar a dos tipos de características similares que permiten establecer dos grupos de turistas, como se indica en la siguiente clasificación:

Los psicocéntricos son personas centradas en sí mismo e introvertidas, cuando viajan prefieren: nivel bajo de actividad; lugares a los que se puede llegar en automóvil; actividades comunes en los lugares de destino; un ambiente familiar, entretenimiento de tipo familiar, sin ambiente extranjero; la salud es un elemento importante para este turista; el alojamiento turístico característico, con gran desarrollo hotelero, restaurantes de tipo familiar y tiendas de artesanías; les gustan los viajes organizados (paquetes turísticos) por los prestadores de servicios turísticos.; un paquete completo de excursiones apropiadas, con un intenso programa de actividades; buscan disfrutar de destinos adecuados a sus formas y preferencias psicológicas, considerando su nivel educativo, económico y cultura y son las personas que se denominan turistas convencionales y coincide con el típico turista de masas.

Los aloécéntricos son personas seguras de sí mismas y extrovertidas, por lo tanto desarrollan actividades diversas y variadas; interés por la aventura; deseo de buscar y experimentar en la vida; el viajar se convierte en un medio de expresar curiosidad y satisfacerla; prefieren las áreas no turísticas; gozan con el descubrimiento y se deleitan con experiencias nuevas, antes de que otros hayan visitado la zona; prefieren lugares

nuevos y diferentes con un nivel alto de actividad; prefieren llegar a su destino, sobre todo, por vía aérea; el alojamiento deberá incluir hoteles y alimentación de términos medio bueno y de calidad, no necesariamente moderno, o de tipo de cadena hotelera y con pocas atracciones de tipo turístico; les encanta conocer y tratar a personas de una cultura extraña o extranjera; poseen un especial instinto para explorar, investigar, observar y analizar los atractivos turísticos de su interés y las excursiones deberán incluir los aspectos básicos (transporte y hoteles), y permitir una gran libertad y flexibilidad.

Plog completa esta tipología con las relaciones conductuales entre las sociedades emisoras de turismo y las sociedades receptoras de turismo y con una serie de perfiles psicosociales.

La experiencia viajera está dando ya nuevos tipos de turistas, según constatan psicólogos y tour-operadores, cara al futuro. Estas tipologías reafirman, por un lado, las tendencias tradicionales y por otro, reflejan la aparición de nuevas.

Según Poon (2010), los llamados "nuevos turistas", se manifiestan con las siguientes características: poseen una amplia experiencia viajera; cambian de valores; cambian de estilo de vida; experimentan un cambio demográfico y son más flexibles; son más independientes.

En base a lo anteriormente mencionado, surgen las siguientes tipologías del perfil del turista, diseñadas por expertos y operadores turísticos y fijadas por psicólogos especializados en el tema los distinguen como los aventureros; los veraneantes; los culturales; los deportistas; los recreacionistas; los solitarios; los familiares; los organizados; los independientes; los influenciables; los vacacionistas y los ecologistas.

Para poder comprender mejor es estudio del perfil del turista se hace referencia a la definición planteada por el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR, s.f.):

El estudio del perfil del turista es un estudio motivado por el interés federal, estatal y local, en conocer el perfil socioeconómico del consumidor de los servicios turísticos, sus hábitos de viaje y el grado de satisfac-

ción que obtuvo en su experiencia en los destinos. La información generada por este estudio ha sido utilizada como insumo en el desarrollo de estrategias de mercado efectivas para el desarrollo y consolidación de la oferta turística, así como para promover entre los empresarios, que se lleven a cabo acciones a fin de incrementar el nivel de competitividad de los destinos turísticos, teniendo por referente el grado de satisfacción que reportan los turistas. (p. 4)

Como se puede evidenciar, el estudio del perfil del turista, es sin duda, una fuente de información que permite conocer y analizar de mejor manera a los consumidores de un determinado destino turístico, destacando tanto su aspecto cuantitativo como son los datos estadísticos del flujo de turistas y el gasto turístico, y el aspecto cualitativo cuando se hace referencia al nivel sociodemográfico, socioeconómico, hábitos de viaje y motivaciones de viaje.

Además, el estudio del perfil del turista, proporciona información que es muy útil, tanto para los empresarios turísticos como para las autoridades encargadas de la actividad turística, a la hora de tomar decisiones para encontrar nuevos nichos de mercado, encaminar la promoción turística, pero sobre todo al momento de reactivar e innovar la oferta turística en base a las necesidades, gustos y preferencias de los visitantes.

Por estas razones, es importante realizar este tipo de estudio de mercado, puesto que el turista es el mejor cliente de la actividad turística y depende de él, el crecimiento y desarrollo de un destino turístico.

El procedimiento para dicho estudio contempla la definición del tamaño de la muestra, error muestral y puntos de levantamiento, elaboración de instrumentos de investigación, la recolección de información, procesamiento de la información, análisis y presentación de los resultados. Con la presentación de este informe, tanto los gestores como los empresarios turísticos, pueden diseñar, crear y desarrollar productos turísticos enfocados a la demanda turística que recibe un determinado destino turístico, así como también, orientar la promoción orientada al segmento de mercado indicado.

De esta manera se puede concluir, que el turismo

produce un efecto multiplicador, puesto que desencadena un sinnúmero de actividades económicas que favorecen a todos los habitantes de un sector, pero lo más importante es que el efecto multiplicador se logra, siempre y cuando los productos utilizados y el talento humano empleado sean locales y sobretodo, cuando los beneficios económicos obtenidos por la industria turística sean reinvertidos en el mismo lugar o destino turístico.

En la actividad turística es fundamental tener conocimiento de los gustos, preferencias y necesidades de los turistas, para de esta manera orientar, mejorar e innovar la oferta turística de un determinado destino.

## METODOLOGÍA

En el estudio del perfil del turista que ocupa la planta hotelera del cantón Otavalo, se utilizó la investigación aplicada, de campo, descriptiva, bibliográfica, documental, cualitativa y cuantitativa, además de los métodos deductivo, inductivo, analítico, sintético y estadístico. También, se empleó el Catastro de Servicios Turísticos y la Guía Turística de Otavalo 2015, como instrumentos de apoyo, la aplicación de encuestas a representantes de los establecimientos de alojamiento, a turistas nacionales y extranjeros que ocuparon la planta hotelera en el primer semestre del 2015, así como entrevistas a los principales gestores públicos de turismo del cantón.

## Diseño de la Investigación

La presente investigación corresponde a un diseño no experimental de corte transversal, no experimental porque no se procedió a la medición de las variables, sino al análisis profundo de las mismas y de corte transversal ya que se realizó en un periodo determinado de tiempo (primer semestre del 2015).

### Población

La población objeto de estudio en esta investigación estuvo conformada por los representantes de los establecimientos de alojamiento y por los turistas nacionales y extranjeros que ocuparon la planta hotelera del

cantón Otavalo durante el primer semestre del año 2015.

En el caso de los representantes de los establecimientos de alojamiento por ser menor a 100 unidades se realizó un censo.

Sin embargo, para poder aplicar la muestra en el caso de los turistas nacionales y extranjeros, se consideró la información emitida según el Mintur 2014, que manifestó que Otavalo recibió 35.898 visitantes mensuales

en promedio durante el año, de los cuales, 30.872 ocuparon establecimientos de alojamiento.

**Muestra**

La población formada por los turistas nacionales y extranjeros que ocuparon la planta hotelera del cantón Otavalo, por ser mayor a 100 unidades se procedió al cálculo de la muestra con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot d^2 \cdot z^2}{E^2(N-1) + d^2 \cdot z^2}$$

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = Universo de la investigación

**d**<sup>2</sup> = Desviación 0.5=0.25

**z**<sup>2</sup> = Nivel de confianza 95%=1.96=3.8416

**E**<sup>2</sup> = Margen de error 5%=0.05=0.0025

$$n = \frac{(30872)(0.25)(3.8416)}{(0.0025)(30872-1) + (0.25)(3.8416)}$$

$$n = \frac{29649.4688}{77.1775+0.9604}$$

$$n = \frac{29649.4688}{78.1379}$$

**n** = 379.45

**n** = 380 turistas

**Proceso investigativo**

Se procedió a solicitar, a cada uno de los representantes de los establecimientos de alojamiento, la autorización para realizar una encuesta a los turistas que hacían uso de sus instalaciones, proceso que demoró

gran parte del primer semestre del año 2015.

La distribución de encuestas se efectuó de acuerdo a la capacidad de plazas de cada uno de los establecimientos de alojamiento, de la siguiente manera:

**Tabla 4. Capacidad hotelera Otavalo.**

<b>Nº Establecimiento</b>	<b>Nº Hab.</b>	<b>Nº Plazas</b>	<b>Encuestas Español</b>	<b>Inglés</b>	<b>Total Encuestas</b>
<b>Hotel</b>					
1 Campo Lago (Araque)	6	18	6	2	4
<b>Pensión</b>					
2 El Geranio	7	18	6	2	4
<b>Hostal Residencial</b>					
3 Chasqui	11	19	6	2	4
4 Pedregal Otavalo Punku	12	20	6	2	4
<b>Pensión</b>					
1 Sucre	8	24	7	3	4
<b>Hostal</b>					
2 Tamia Taki	12	24	7	3	4
3 El Indio	13	28	7	3	4
4 Runaway Inn	13	29	7	3	4
<b>Hostal Residencial</b>					
5 America Inter	12	21	7	3	4
6 Ruizseñor	12	24	7	3	4
7 Flying Donkey	12	25	7	3	4
8 Rincón del Viajero	15	25	7	3	4
9 Otavalo's Inn	13	27	7	3	4
10 Copacabana	14	28	7	3	4
11 Prince	14	29	7	3	4
12 Samana	17	29	7	3	4
13 María	12	30	7	3	4
14 Andean Wasi Inn	17	30	7	3	4
<b>Hostería</b>					
1 Las Palmeras Inn (Quichinche)	16	32	9	4	5
<b>Hostal</b>					
2 Curiñán	15	33	9	4	5
3 La Plaza Rosa	18	33	9	4	5
4 La Casa Sol (Peguiche)	13	34	9	4	5
5 El Marquez	13	35	9	4	5
6 La Posada del Quinde	18	40	9	4	5
7 Santa Fe # 2	24	40	9	4	5
<b>Hostal Residencial</b>					
8 Colón	15	35	9	4	5
9 Cascada	20	35	9	4	5
10 Riviera Sucre	16	36	9	4	5
11 Aly Samaylla	18	36	9	4	5
<b>Cabañas</b>					
12 El Rocío # 2	19	40	9	4	5

<b>Hostal Residencial</b>		<b>N° Hab.</b>	<b>N° Plazas</b>	<b>Encuestas Español</b>		<b>Inglés</b>	<b>Total Encuestas</b>
1	Mirador De Otavalo	15	41	10	4	6	40
2	Los Andes	25	44	10	4	6	
<b>Hostal</b>		<b>N° Hab.</b>	<b>N° Plazas</b>	<b>Encuestas Español</b>		<b>Inglés</b>	<b>Total Encuestas</b>
3	Santa Fe # 1	22	48	10	4	6	
4	Mashy's	23	49	10	4	6	
<b>Hostal</b>		<b>N° Hab.</b>	<b>N° Plazas</b>	<b>Encuestas Español</b>		<b>Inglés</b>	<b>Total Encuestas</b>
1	Aya Huma (Peguche)	23	60	12	4	8	36
2	Flores Los Ponchos Inn	26	60	12	4	8	
3	Alimicuy # 2	20	63	12	4	8	
<b>Hoteles</b>		<b>N° Hab.</b>	<b>N° Plazas</b>	<b>Encuestas Español</b>		<b>Inglés</b>	<b>Total Encuestas</b>
1	El Indio Inn	30	63	15	5	10	75
2	Flores #2	31	64	15	5	10	
3	Acoma	33	65	15	5	10	
4	Otavalo	30	74	15	5	10	
5	El Coraza	44	95	15	5	10	
<b>Total Encuestas</b>				<b>380</b>	<b>150</b>	<b>230</b>	

Fuente: Catastro de Servicios Turísticos del cantón Otavalo 2015. Elaboración Propia.

Luego de la ejecución de la investigación, se procedió a la respectiva tabulación e interpretación de resultados, lo que permitió la elaboración del boletín estadístico informativo, dirigido a empresarios de la planta hotelera del cantón Otavalo.

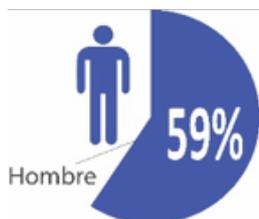
los instrumentos de una forma más ágil, fue la autorización por parte de los empresarios, en otros casos la prohibición para desarrollar la investigación en los establecimiento, argumentando una serie de factores no justificables.

### Limitantes para realizar la investigación

Se considera que un factor que limitó la aplicación de

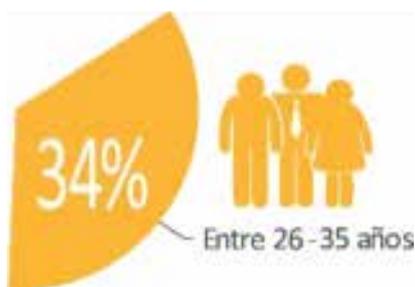
### RESULTADOS

**Perfil sociodemográfico del turista nacional.**

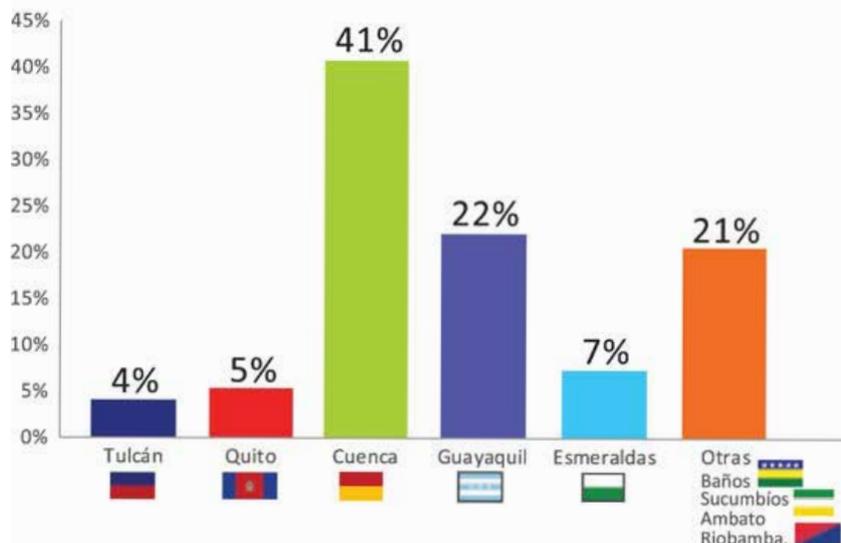


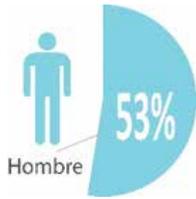
En su mayoría, se trata de un hombre joven adulto, de entre 26 y 45 años, soltero, con un nivel de educación superior, con título profesional de Administrador, Economista, Periodista, Chef, Técnico en Turismo, Informático o Chofer, es emprendedor independiente y proviene de las ciudades de Cuenca y Guayaquil.



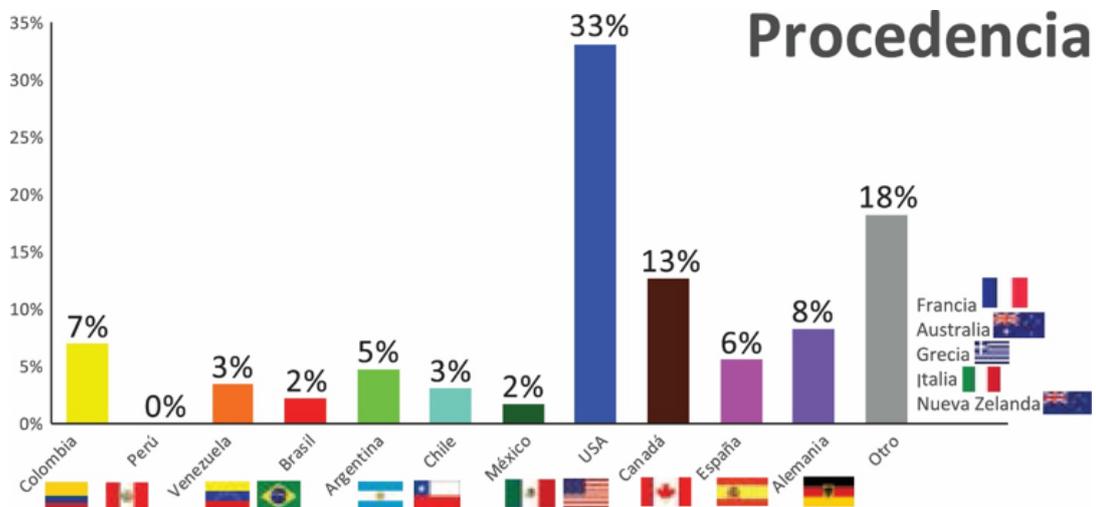
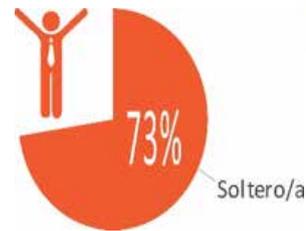
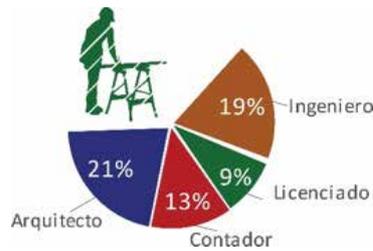
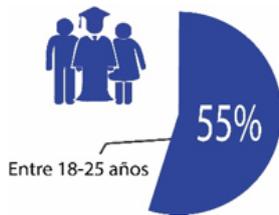


## Procedencia



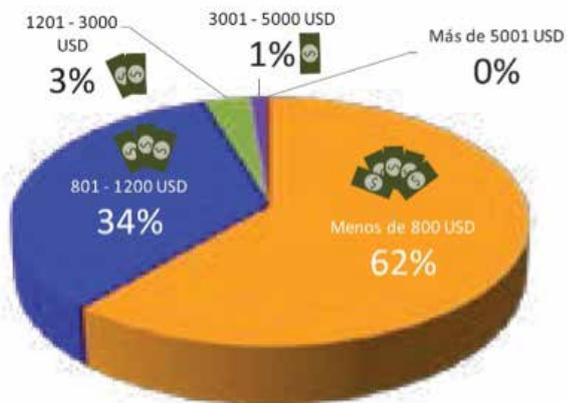


Con un alto porcentaje, el turista extranjero, se destaca por ser un hombre joven, de entre 18 y 25 años, soltero, con instrucción superior, que ejerce profesiones de Ingeniero, Arquitecto, Contador y Licenciado, se desempeña en trabajos independientes y cuya procedencia es de USA, Canadá, Alemania, Francia, Australia, Grecia, Italia y Nueva Zelanda.

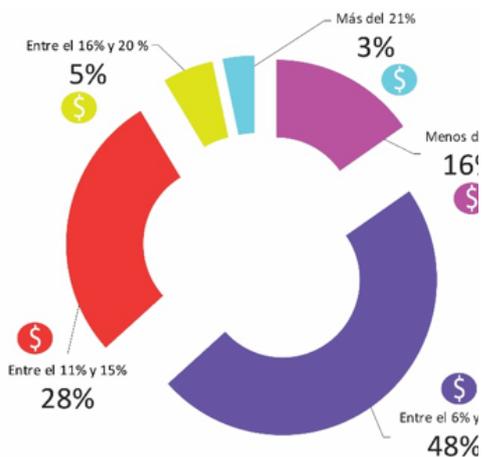


### Perfil socioeconómico del turista nacional

#### Promedio de ingresos mensuales



El turista nacional se caracteriza por disponer de un promedio de ingresos mensuales menor a los 800 USD e invertir del 6% al 10% de su dinero en realizar actividades turísticas entre dos o tres veces al año.



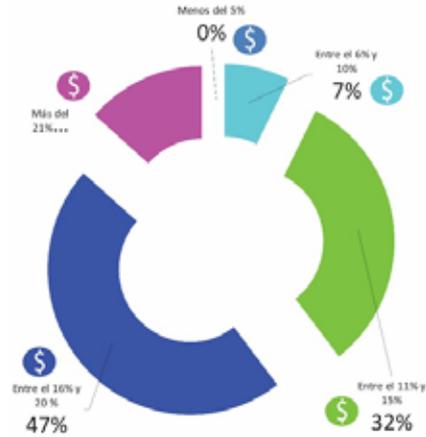
#### Frecuencia de hacer turismo al año



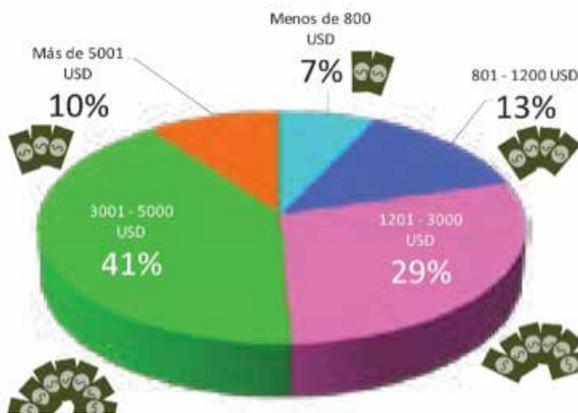
**Perfil socioeconómico del turista extranjero**

El turista extranjero se diferencia por disponer de un promedio de ingresos mensuales de 3001 a 5000 USD e invertir del 16% al 20% de su dinero en realizar turismo por

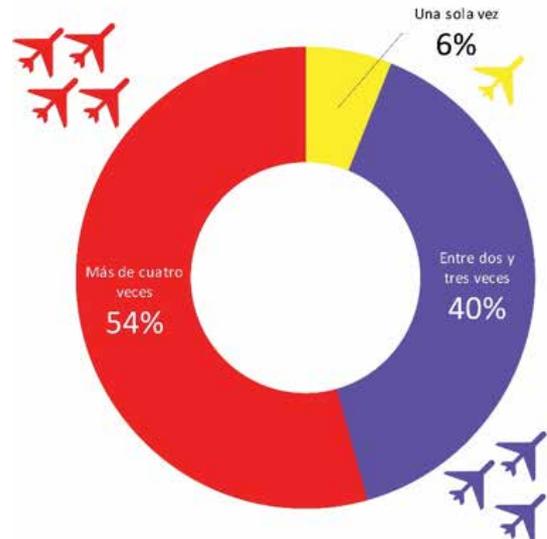
**Porcentaje anual de ingresos, que destinan para hacer turismo**



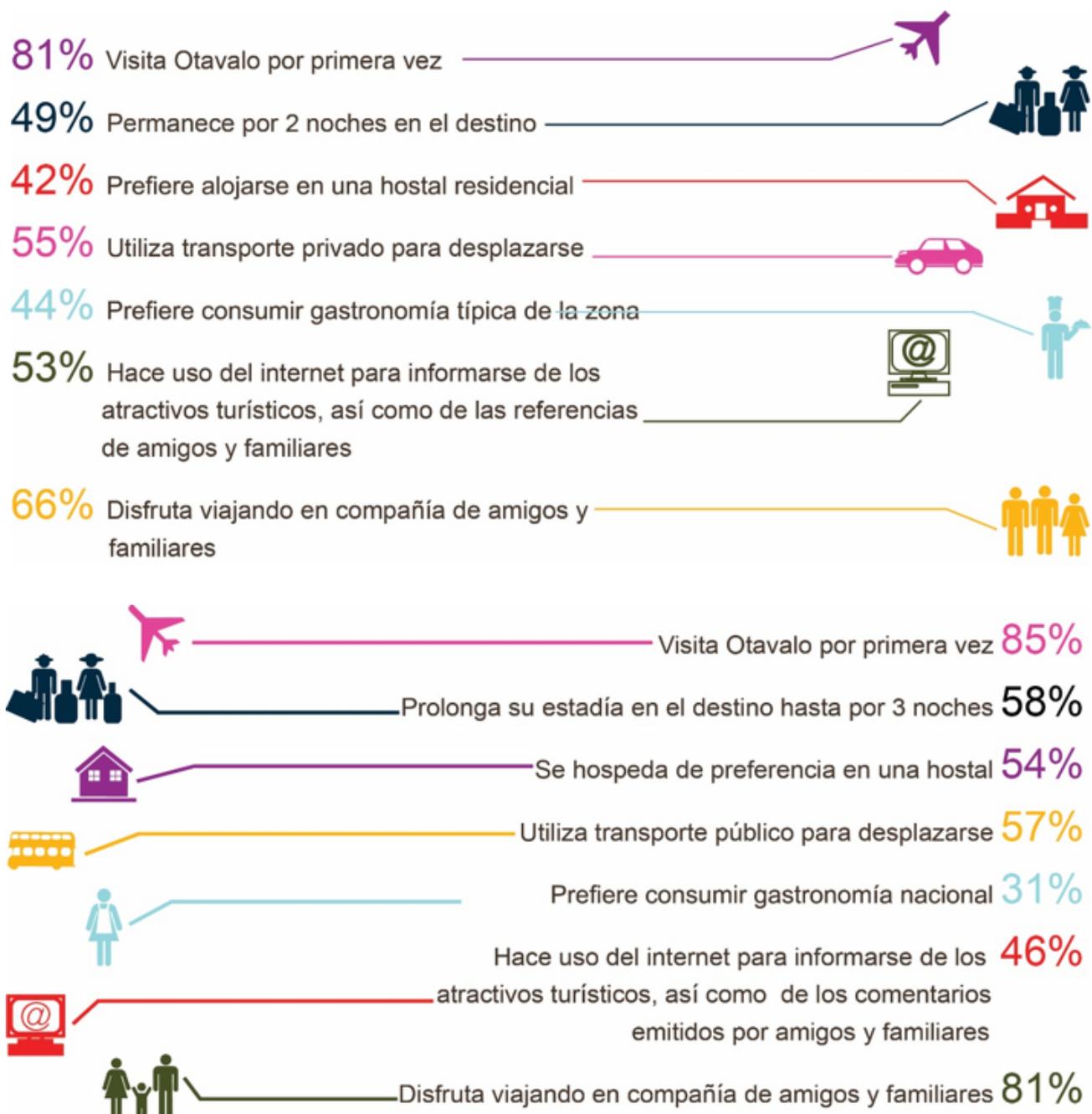
**Promedio de ingresos mensuales**



**Frecuencia de hacer turismo al año**



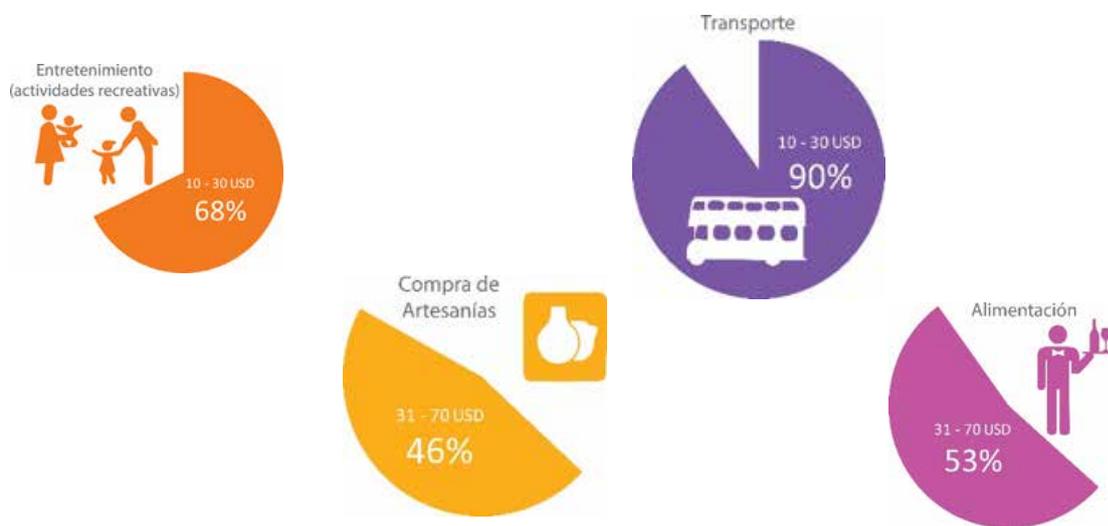
### Hábitos de viaje del turista nacional

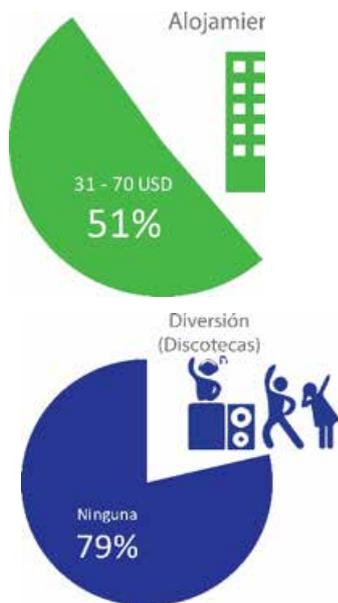


**Hábitos de viaje del turista extranjero**



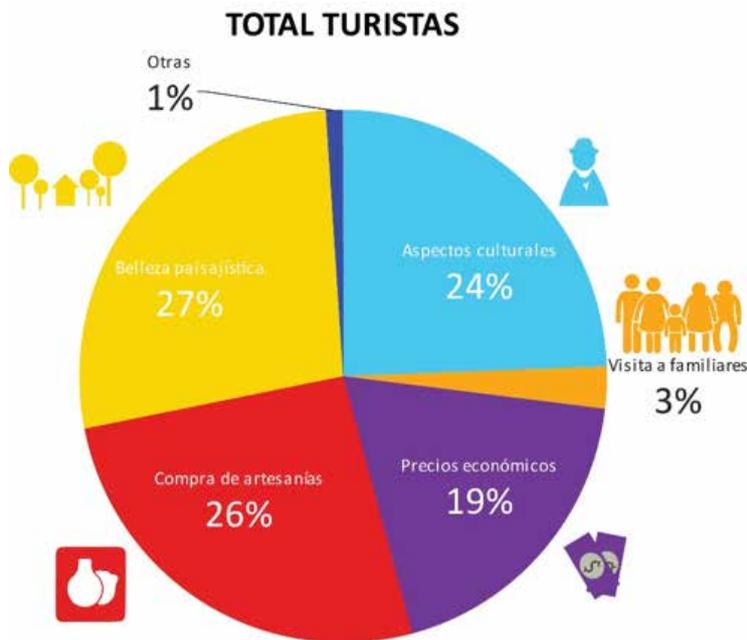
**Gasto promedio del turista extranjero durante la estancia en Otavalo**



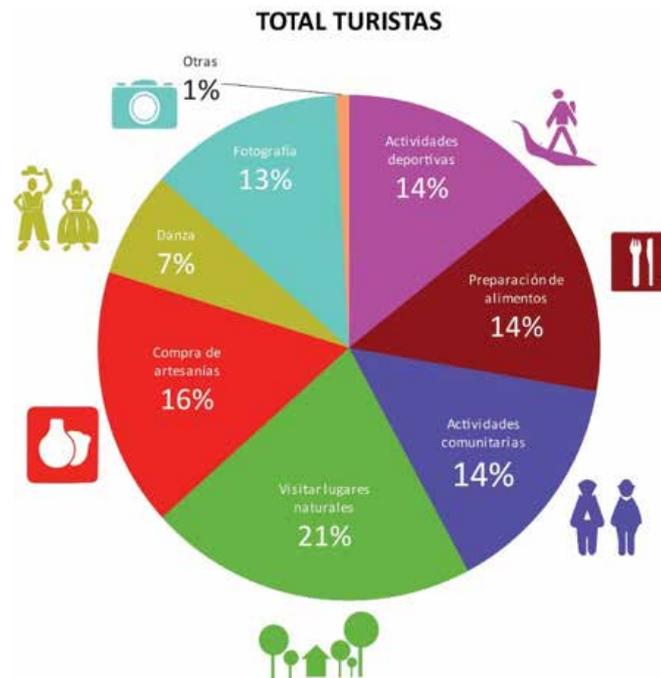


El gasto promedio del turista extranjero, durante su estancia en Otavalo fue de entre 31 a 70 USD en el consumo por separado de alojamiento, alimentación y compra de artesanías, mientras en lo que respecta al transporte, entretenimiento (actividades recreativas) y diversión (discotecas) efectuó un gasto promedio de 10 a 30 USD, ascendiendo aproximadamente a un gasto total de entre 120 a 300 USD.

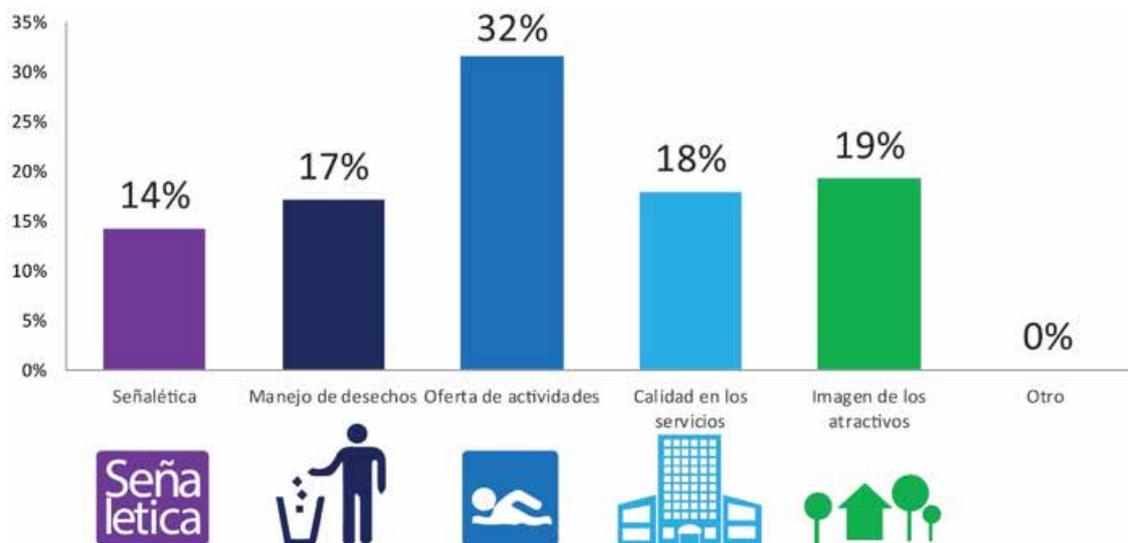
**Principales motivaciones para visitar Otavalo**



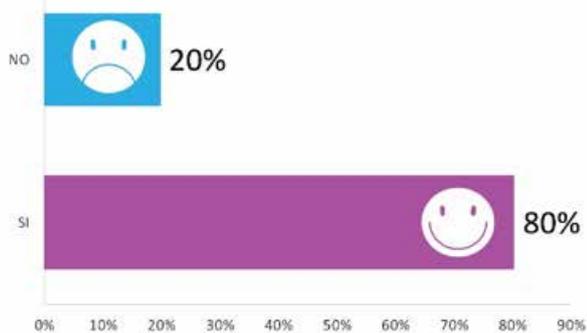
Principales actividades realizadas por el turista en Otavalo



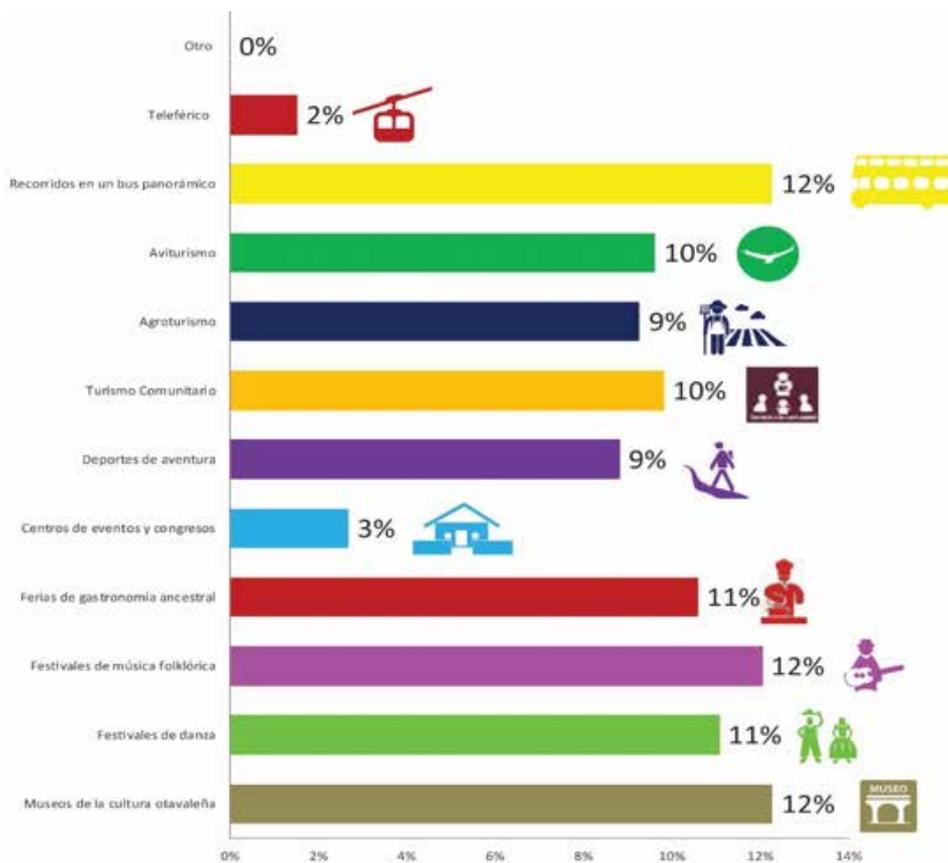
Lugares visitados por el turista durante la estadía en Otavalo



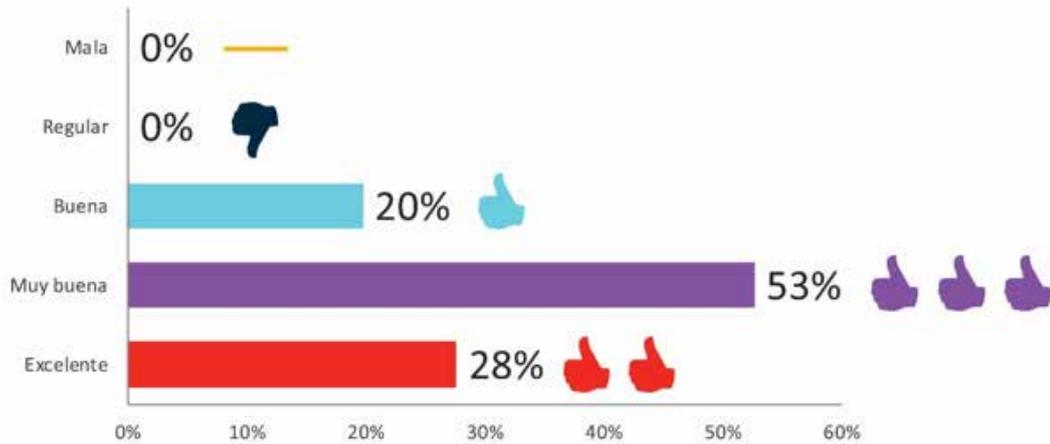
**Turistas que regresarían a Otavalo**



**Turistas que recomendarían visitar Otavalo**



¿Qué calificación tendría su visita a Otavalo?



**Discusión**

El propósito de esta investigación ha sido determinar el perfil del turista que ocupa la planta hotelera del cantón Otavalo, para el efecto, se ha contrastado los hallazgos registrados de la investigación actual con resultados anteriores, entre los documentos se destacan: el Perfil del visitante a Otavalo 2004 (Subdirección de Turismo del GMO); perfil de visitantes que llegan a Otavalo con fines turísticos realizado en julio-agosto 2014 y perfil del turista que visitó Otavalo durante el Feriado de Carnaval 2015 (GAD Municipal de Otavalo). A continuación, se discutirán los principales hallazgos del presente estudio.

Los diferentes informes realizados en años anteriores, evidencian un crecimiento del 48% en las visitas turísticas al Cantón Otavalo, en un lapso de 10 años; indicador, que se confirma en la presente investigación, para el efecto, es posible mencionar que el promedio mensual de turistas registrados en el año 2004 fueron 18.333, mientras que en el 2014, se evidencia un promedio mensual de 35.898, de los cuáles, el 61% equivale a turismo extranjero y el 39% corresponde a turismo nacional. Dicho crecimiento, ha incidido positivamente en el mejoramiento de la economía local y en consecuencia en la calidad de vida de los involucrados directa e indirectamente, demostrando el posicionamiento de Otavalo como destino turístico en la provincia de Imbabura.

En lo que respecta al perfil sociodemográfico del turista, en anteriores estudios se caracterizó por ser en su mayoría del género masculino, con una edad comprendida entre los 20 a 39 años, siendo empleado privado, con profesiones de profesor, abogado, doctor ingeniero, biólogo, arquitecto y fotógrafo; a diferencia del perfil sociodemográfico del visitante actual, que se trata de un hombre joven adulto, de entre 18 a 45 años, soltero, con un nivel de educación superior, que se desempeña en trabajos independientes, cuyas profesiones son de Administrador, Economista, Periodista, Chef, Técnico en Turismo, Informático, Chofer, Licenciado, Ingeniero, Arquitecto y Contador. Estos datos demuestran que siempre existe algún tipo de cambio en las características de los viajeros y como en los actuales tiempos, las personas que tienen un negocio propio, pueden disponer con mayor facilidad y libertad de su tiempo y en consecuencia desarrollan actividades turísticas. Además, es innegable que los turistas cada vez están más preparados, poseen un alto nivel de conocimientos y por lo mismo son más exigentes en la elección del destino y los servicios turísticos. Otro de los hallazgos que llama la atención, es en cuanto al turismo receptivo, ya que en el 2004 Otavalo acogió un 23.46% de turistas estadounidenses (USA 16.92% y Canadá 6.54%) y un 42.31% de visitantes europeos (Francia 16.92%, Alemania 8.85%, España

8.46% e Inglaterra 8.08%); mientras que en el 2015 el cantón ha recibido alrededor del 46% de turistas norteamericanos (USA 33% y Canadá 13%) y el 32% de visitantes europeos y australianos (Francia y Nueva Zelanda 18%, Alemania 8% y España 6%), sin duda, existe un incremento considerable del mercado norteamericano, pero también, un claro decremento de los turistas europeos, principalmente españoles, dicho efecto podría estar originado por la situación económica que atraviesa España, pero también por el alto costo de la vida en Ecuador, para lo cual es recomendable realizar estudios de mercado permanentes que conlleven al desarrollo e innovación de la oferta turística otavaleña, capaz de garantizar una dinámica económica todo el año.

En lo que respecta al turismo interno, en el 2004 se evidenció la presencia del 57% de quiteños y el 15% de guayaquileños, en comparación al 2015 donde el 41% procede de Cuenca y el 22% corresponde a Guayaquil, esta diferencia radica en que, la presente investigación se realizó a turistas que pernoctaron en el cantón y que por las largas distancias de sus desplazamientos tienen la necesidad de hacer uso de un hospedaje comercial, en contraste con aquellos visitantes cuya distancia es relativamente corta y optan por retornar a su residencia habitual, lo cual les convierte en excursionistas de paso y no los coloca en la categoría de turistas.

Uno de los aportes de la presente investigación, en relación a los efectuados anteriormente, es la elaboración del perfil sociodemográfico del turista que se hospeda en el cantón Otavalo, en el cual, los extranjeros disponen un promedio de ingresos mensuales comprendidos entre 3001 – 5000 USD, además efectúan actividades turísticas más de cuatro veces al año y para lo cual invierten entre el 16% y 20% de sus ingresos, a diferencia del turismo nacional, que se caracteriza por disponer de un promedio de ingresos mensuales menor a los 800 USD, realizan turismo entre dos y tres veces al año y para lo cual invierten entre el 6% y 10% de sus ingresos. Estos datos permiten conocer el nivel económico y el estilo de vida de los diferentes viaje-

ros, lo cual, debe ser tomado en cuenta al momento de diseñar productos turísticos, con el propósito de mantener plena concordancia entre la oferta y el poder adquisitivo y el nivel de exigencia de los visitantes. Con respecto a los hábitos de viaje del turista, se puede evidenciar que en años anteriores los visitantes mencionaban que se encontraban en Otavalo por primera vez (66%), permanecían entre 2 y 3 días (37% y 31% respectivamente), hicieron uso del hospedaje comercial (79%), utilizaron el servicio público, como medio de transporte (47%) y vehículo particular (34%). Además, viajaron en compañía de familiares (24%) y amigos (22%) y sus principales medios para informarse antes de viajar fueron el internet y las referencias de amigos (26%). En la actualidad, los turistas que llegan a Otavalo, manifiestan hacerlo por primera vez (84%), su permanencia es de 2 noches (49% nacionales) y 3 noches (58% extranjeros), prefieren el alojamiento en una hostel (47% extranjeros) y en una hostel residencial (29% nacionales), utilizan transporte público (48% extranjeros) y transporte privado (26% nacionales) para desplazarse. Los medios de información utilizados para conocer sobre la oferta turística de Otavalo son: internet (27%) y las referencias de amigos y familiares (21%), y disfrutaban viajando con amigos (58%) y la familia (17%). Esta información permite comprobar la similitud en los hábitos de viaje de los turistas que visitan Otavalo y como a lo largo del tiempo se puede mantener el mismo comportamiento al momento de realizar actividades turísticas, sin embargo, en los últimos años el tiempo de estancia no se ha prolongado, por lo que se requiere desarrollar e innovar los productos turísticos de Otavalo.

El 44% de turistas nacionales, demuestran preferencia por la gastronomía típica de la zona y el 31% de los visitantes extranjeros experimentan los sabores de la gastronomía nacional; estos indicadores demuestran que existe una gran oportunidad para ofertar un producto gastronómico con identidad local.

El gasto promedio que realiza el turista durante su estancia en Otavalo, demuestra que el turismo nacional

gasta entre 60 a 180 USD (alojamiento, alimentación, transporte, compra de artesanías, entretenimiento y diversión, de entre 10 a 30 USD por cada servicio) mientras que, el turista extranjero entre 120 a 300 USD (alojamiento, alimentación y compra de artesanías de entre 31 a 70 USD por cada servicio y en transporte, entretenimiento y diversión de 10 a 30 USD por separado); estos valores difieren con los datos revelados en el 2004, donde el gasto promedio de un turista durante su estadía fue de 337 USD (compra de artesanías 142 USD, alimentación 58 USD, alojamiento 65 USD, entretenimiento 47 USD, otros servicios 25 USD). Esta diferencia se debe al aumento de la competencia en la oferta turística que existe en el mercado, la cual siempre trata de minimizar los costos para lograr un mayor número de demandantes y Otavalo no podía ser la excepción, es por ello que dichos valores confirman la accesibilidad en los precios de la oferta turística proporcionada en el cantón, la cual se ajusta a las necesidades y exigencias de los turistas sin dejar de lado la calidad en los servicios.

En cuanto a las principales motivaciones de viaje de los turistas que visitan Otavalo se puede evidenciar que se han mantenido en el tiempo y que los viajeros eligen como destino turístico al Valle del Amanecer por tres motivos: la belleza paisajística (27%); la compra de artesanías (26%); y los aspectos culturales (24%) por ser un lugar donde predomina la cultura indígena. Además, existe un comportamiento similar en los turistas al elegir los sitios que les gustaría visitar en el cantón y sus alrededores, destacándose la visita a la Plaza de Ponchos (14%) y los atractivos naturales como la Cascada de Peguche (14%), la Laguna de San Pablo (12%), la Laguna de Mojanda (11%) y El Lechero (11%).

En el actual estudio se consideró importante investigar sobre las principales actividades que desarrolla el turista en Otavalo, lo que permite concluir que los turistas nacionales prefieren visitar sitios naturales (30%) y los turistas extranjeros eligen el turismo de convivencia comunitaria (19%). Esta información resulta crucial al momento de elaborar productos turísticos, los cuales deben ir enfocados a los gustos, preferencias y

necesidades del tipo de segmento que visita Otavalo. En lo que concierne a la sección de las opiniones y sugerencias de los turistas que llegan a Otavalo, las investigaciones anteriores demuestran que el 29% de los turistas sugieren que debería existir mayor información y señalética turística, a diferencia de los resultados actuales, en los cuales el 32% de visitantes recomiendan la necesidad de incrementar la oferta de actividades turísticas para prolongar su estadía.

Los hallazgos más sobresalientes de la presente investigación, recomiendan mejorar a Otavalo como destino turístico, a través del rescate, visibilización y revalorización del patrimonio cultural material e inmaterial, a través de la creación de museos (12%), realización de festivales de música (12%), danza (11%) y gastronomía ancestral (11%) además de la incorporación de un bus panorámico (12%), para la realización de rutas turísticas. También, es necesario el incremento de la oferta de deportes de aventura (9%), mejoramiento del turismo comunitario (10%), desarrollo del agroturismo (9%) alternativas de aviturismo (10%), como actividades recreativas, de sano entretenimiento y diversión, promoviendo el cuidado y protección del medio ambiente. Respecto a la evaluación de la visita a Otavalo, los resultados anteriores califican como excelente (53%) y actualmente como muy buena (53%) a la experiencia que vivieron durante su estadía en el cantón y además manifestaron que sí retornarían al Valle del Amanecer (80%) y estarían predispuestos a motivar a otras personas a que visiten este destino turístico (80%). En general se evidencia una percepción positiva del destino, sin embargo hay en menor medida inconformidad o incomodidad de visitantes poco satisfechos.

La información presentada es valiosa y útil para la toma de decisiones por parte de los gestores turísticos públicos y privados en procesos de fortalecimiento de la actividad turística cantonal.

## CONCLUSIONES

A través de, la información obtenida tanto del Catastro de Servicios Turísticos como de la Guía Turística

del cantón Otavalo 2015 y la investigación de campo, se constató que la planta hotelera está conformada por un total de 69 establecimientos de alojamiento, de los cuales, 66 constan en el primero y 63 en el segundo, esto se debe a que existen empresas hoteleras que no están en funcionamiento pero constan en estos documentos y establecimientos que a pesar de estar brindando el servicio de hospedaje no constan en estos medios de difusión de información turística, lo cual demuestra una desactualización en la información proporcionada a los turistas sobre el servicio de alojamiento.

El perfil sociodemográfico del turista nacional, se destacó por ser un hombre joven adulto de entre 26 y 45 años, soltero, con un nivel de educación superior, con título profesional de Administrador, Economista, Periodista, Chef, Técnico en Turismo, Informático y Chofer, que se desempeña en trabajos independientes y proviene de las ciudades de Cuenca y Guayaquil.

El perfil sociodemográfico del turista extranjero, evidencia un turismo joven de entre 18 y 25 años, soltero, con un nivel de educación superior, que ejerce profesiones de Ingeniero, Arquitecto, Contador y Licenciado, se desempeña en trabajos independientes y cuya procedencia es de USA, Canadá, Alemania, Francia, Australia, Grecia, Italia y Nueva Zelanda.

El perfil socioeconómico del turista nacional se caracterizó por disponer de un promedio de ingresos mensuales menor a los 800 USD e invertir del 6% al 10% de su dinero en realizar actividades turísticas entre dos o tres veces al año.

El perfil socioeconómico del turista extranjero se caracterizó por disponer de un promedio de ingresos mensuales de 3001 a 5000 USD, de lo cual invierten entre el 16% y 20% en actividades turísticas por más de cuatro veces al año.

Los hábitos de viaje del turista nacional fueron: visitar Otavalo por primera vez, hospedarse por 2 noches de preferencia en una hostel residencial, le gusta utilizar transporte privado para desplazarse, prefiere consumir

gastronomía típica de la zona, hace uso del internet para informarse de los atractivos turísticos, así como de las referencias personales y disfruta viajando en compañía de amigos y familiares.

El gasto promedio del turista nacional, durante su estancia en Otavalo, por el consumo de alojamiento, alimentación, transporte, compra de artesanías, entretenimiento (actividades recreativas) y diversión (discotecas), fue de entre 10 a 30 USD por cada servicio, ascendiendo a un gasto total de entre 60 a 180 USD. Los hábitos de viaje del turista extranjero fueron: visitar Otavalo por primera vez, hospedarse por 3 noches de preferencia en una hostel, le gusta utilizar transporte público para desplazarse, prefiere consumir gastronomía nacional, hace uso del internet para informarse de los atractivos turísticos, así como de las referencias personales y disfruta viajando en compañía de amigos y familiares.

El gasto promedio del turista extranjero durante su estancia en Otavalo fue de entre 31 a 70 USD en el consumo por separado de alojamiento, alimentación y compra de artesanías, mientras en lo que respecta al transporte, entretenimiento (actividades recreativas) y diversión (discotecas) fue de 10 a 30 USD por cada servicio, ascendiendo a un gasto total de entre 120 a 300 USD.

Las principales motivaciones que tuvieron tanto los turistas nacionales como los extranjeros para conocer Otavalo fueron la belleza paisajística, la compra de artesanías y los aspectos culturales que posee, por lo tanto las actividades que de preferencia se llevaron a cabo fueron visitar la Plaza de Ponchos, desplazarse hacia los atractivos naturales como la Cascada de Peguche, la Laguna de San Pablo, la Laguna de Mojanda y El Lechero y adicional a ello, los turistas extranjeros disfrutaron de la convivencia con las comunidades.

Los turistas nacionales y extranjeros consideraron que Otavalo necesita incrementar la oferta de actividades y les gustaría que se fortalezca la identidad cultural otavaleña, a través de la creación de museos y la realización de festivales de música, danza y gastronomía,

además de la implementación de un bus panorámico para que se realicen rutas turísticas y se dé a conocer la importancia de cada uno de los atractivos que posee Otavalo.

El 52% de los turistas, tanto nacionales como extranjeros, calificaron como muy buena la experiencia que vivieron durante su estadía en el cantón Otavalo y además manifestaron que sí retornarían al Valle del Amanecer y estarían predispuestos a motivar a otras personas para que visiten este destino turístico.

Es indispensable que los resultados que se obtiene de este tipo de estudios se plasme en un Boletín Informativo y que sea socializado de forma directa a las personas interesadas y de esta manera dar a conocer los beneficios de realizar este tipo de investigaciones, cuyo principal objetivo, es que las personas se capaciten y mejoren la calidad de sus servicios de acuerdo a las necesidades de los viajeros.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros

**Acerenza, M. (2009).** Competitividad de los destinos turísticos. México: Trillas.

**Acerenza, M. (2006).** Política turística y planificación del turismo. México: Trillas.

**Alonso, M. (2009).** Dirección estratégica en el sector turístico: teoría y práctica. Madrid: Síntesis.

**Boullón, C. (2003).** Los municipios turísticos. México: Trillas.

**Cárdenas, F. (2007).** La segmentación del mercado turístico comercialización y venta. México: Trillas.

**Castellanos, E. (2010).** Turismo y Recreación. Bases teóricas, conceptuales y operacionales. México: Trillas.

**De la Torre, F. (1994).** Introducción al Estudio del Turismo. Segunda Edición. México: Editorial CECSA.

**Gallego, J. (2011).** Gestión de hoteles una nueva visión. Madrid: Paraninfo.

**García, M. (2005).** Metodología de la Investigación. México: Limusa.

**Gutiérrez, S. (2006).** Introducción al Método Científico. México: Esfinge.

**Hall, C. (2005).** El turismo como ciencia social de la movilidad. Madrid: Síntesis.

**Hinojosa, W. (2015).** Proyecto para la creación de un hostel tres estrellas en la parroquia de San Pablo del Lago provincia de Imbabura. Tesis de Ingeniería Comercial. Escuela Politécnica del Ejército. Ecuador.

**Iglesias, J. (2005).** Técnicas de investigación aplicadas al sector turístico. Madrid: Síntesis.

**Jiménez, L. y Jiménez, W. (2013).** Turismo: tendencias globales y planificación estratégica. Bogotá: Ecoe Ediciones.

**Martínez, E. (2012).** Gestión de la información y documentación turística local. Málaga: Innovación y Cualificación.

**Montaner, J. (2002).** Psicosociología del turismo. Madrid: Síntesis.

**Olmos y García. (2011).** Estructura del mercado turístico. Madrid: Paraninfo.

**Raya, J. (2004).** Estadística aplicada al turismo. Madrid: Pearson Prentice-Hall.

**Rigol, L. (2009).** Conceptualización de la demanda turística. Cuba: Ciencias Holguín.

**Sierra, J. (2009).** Fortalezas del sector turístico. Murcia: CSA.

**Subdirección de Turismo del GMO. (2004).** El Perfil del visitante a Otavalo. Otavalo.

**Vignati, F. (2009).** Gestión de destinos turísticos: Cómo atraer personas a polos, ciudades y países. México: Trillas.

## Documentos en Internet

- Díaz, M. (2013).** Concepto y características de un Boletín Informativo. (En línea). Consultado: (02, julio, 2015) Disponible en: <http://marianadiaz028.blogspot.com/2013/06/concepto-y-caracteristicas-l>
- Dirección de Turismo de Otavalo, (2014).** Estudio del perfil de visitantes que llegan a Otavalo con fines turísticos. (En línea). Consultado: (02, julio, 2015) Disponible en: <http://www.otavalo.travel.com>
- Dirección de Turismo de Otavalo, (2015).** Perfil del turista que visitó Otavalo durante el Feriado de Carnaval 2015 (En línea). Consultado: (02, julio, 2015) Disponible en: <http://www.otavalo.travel.com>
- Instituto Interamericano de Turismo. (1998).** Diccionario-Léxico Términos Turísticos. (En línea). Consultado: (22, diciembre, 2014) Disponible en: [http://tesis.ula.ve/postgrado/tde\\_arquivos/17/TDE-2013-03-17T04:03:52Z-3096/Publico/zazapasquale\\_parte6.pdf](http://tesis.ula.ve/postgrado/tde_arquivos/17/TDE-2013-03-17T04:03:52Z-3096/Publico/zazapasquale_parte6.pdf)
- Metodología del estudio del perfil del turista.** (s.f.) (En línea). Consultado: (21, diciembre, 2014) Disponible en: [http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/calidadycompetitividad/PST\\_formato2.pdf](http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/calidadycompetitividad/PST_formato2.pdf)
- Ministerio de Turismo del Ecuador:** Boletín Ama la Vida. (2011). Perfil del turista que visita el Ecuador. (En línea). Consultado: (02, diciembre, 2014) Disponible en: <http://invest.ecuador.travel/wp-content/uploads/2014/02/La-Experiencia-Turistica-del-Ecuador.pdf>
- Nagy, J. (2014).** Crear boletines. (En línea). Consultado: (02, julio, 2015) Disponible en: <http://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/participacion/promover-interes-en-la-comunidad/boletines/principal>
- OMT, (s.f.).** Introducción al Turismo. (En línea). Consultado: (10, diciembre, 2014) Disponible en: <http://dspace.universia.net/bitstream/2024/1043/1/INTRODUCCION+AL+TURISMO+OMT>
- OMT. (2008).** Recomendaciones sobre el marco conceptual de estadísticas de turismo. (En línea). Consultado: (12, diciembre, 2014) Disponible en: [http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF\\_80rev1s.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1s.pdf)  
Proyecto para el Reglamento de Alojamiento en el Ecuador (2015). Requisitos para el registro de establecimientos de alojamiento. (En línea). Consultado: (11, abril, 2015) Disponible en: <http://suitesguayaquil.com/proyecto-de-regulacion-de-alojamientoecuador.html>
- Saura, S. (2008).** Elaboración de un boletín informativo. (En línea). Consultado: (02, julio, 2015) Disponible en: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/gli/cajon-de-sastre/38-cajon-de-sastre/622-monografico-radio-escolar-ii?start=4>
- Uzcátegui, J. (2010).** Características que debe tener un boletín electrónico exitoso. (En línea). Consultado: (02, julio, 2015) Disponible en: <http://www.puromarketing.com/23/6852/caracteristicas-debe-tener-boletin-electronico-exitoso.html>

# Criterios planificadores del Plan Estratégico de Turismo Sustentable “Necochea 2013-2023”, Argentina

## Planning Criteria for the Strategic Plan for Sustainable Tourism “Necochea 2013-2023”, Argentina

Marcela Beatriz Bertoni<sup>1</sup>, María José López<sup>2</sup> & Joaquín Testa<sup>3</sup>.

La gestión ambiental de un destino turístico implica no sólo un aumento de la competitividad turística, sino que además la conservación y mejora de las características medioambientales de dicho destino. Esto significa que una planificación integral del espacio objeto de actuación debe basarse en una planificación estratégica de ordenamiento territorial que incluya las dimensiones físicas, sociales, económicas y políticas que conforman el territorio real. El objetivo principal de este trabajo fue identificar los criterios planificadores establecidos en la formulación y proyección del Plan Estratégico de Turismo Sustentable “Necochea 2013-2023”, Argentina. Se identificaron las estrategias a adoptar para la consolidación de Necochea como destino turístico sustentable. Se utilizó el método de investigación-acción participativa, desarrollado en cuatro etapas. La primera etapa incluyó la comprensión de la problemática y los criterios planificadores subyacentes en la concepción del Plan y la lógica de intervención adoptada. La segunda consistió en la formulación del Plan, la definición de objetivos y la identificación de propuestas de los sectores sociales implicados. En la tercera etapa se consensuaron los principales elementos del Plan y se identificaron dos tipos de estrategia, específicas y transversales. La cuarta etapa de evaluación del Plan se distinguieron las condiciones de tres procesos: Internalización y territorialización de las políticas. Los principales hallazgos sugieren que el Plan facilitó el proceso de internalización de la política turística, lo cual fue legitimado desde un enfoque participativo, validando de esta manera la incidencia de la ciudadanía en la política pública de turismo. Una importante implicancia indica un efecto positivo por la divulgación de los resultados del Plan y el compromiso asumido por el gobierno local.

**Palabras clave:** Gestión ambiental, competitividad, planificación integral, destino turístico sustentable, política turística.

The environmental management of a tourist destination involves not only an increase in competitiveness, but also in the conservation and improvement of the environmental characteristics of that destination. This means that an integral planning of the space must be based on strategic land management planning that includes the physical, social, economic and political dimensions of the actual territory. The main aim of this study was to identify the planning criteria established in the formulation and projection of the Strategic Plan for Sustainable Tourism “Necochea 2013-2023”, Argentina. The strategies to adopt for the consolidation of Necochea as a viable tourist destination were identified. The method of research-participatory action was used, developed in four stages. The first stage included understanding the problem and the underlying planning criteria in the conception of the plan and the logic of the intervention adopted. The second consisted of the formulation of the plan, the definition of objectives and the identification of proposals of the social sectors involved. In the third stage the main elements of the plan were agreed upon and two specific and cross-sectional strategy types were identified. In the fourth stage the conditions of three processes were distinguished: internalization and territorialization of the policies. The main findings suggest that the plan facilitated the internalization process of the tourism policy, which was legitimized from a participatory approach, thus validating the impact of citizenry on public tourism policy. One important implication shows a positive effect through the dissemination of the results of the plan and the commitment on the part of the local government.

**Key words:** Environmental management, competitiveness, integral planning, sustainable tourist destination, tourism policy.

(Presentado: noviembre 3, 2015. Aceptado: diciembre 23, 2015)

<sup>1</sup>Dra. en Geografía. Grupo de Investigación de Economía Ecológica, Centro de Investigaciones Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina. marber@mdp.edu.ar

<sup>2</sup>Mg. en Desarrollo Turístico Sustentable. Grupo de Investigación de Economía Ecológica, FCEyS. Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina. lopezmj@mdp.edu.ar

<sup>3</sup>Lic. en Turismo. Grupo de Investigación de Economía Ecológica, FCEyS. Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina. joauintesta@hotmail.com

## INTRODUCCIÓN

Los destinos maduros del litoral, tanto a nivel nacional como internacional, desde finales de los ´80 vienen afrontando la necesidad de renovación de áreas turísticas, las que se pueden plantear a diferentes escalas espaciales de referencia (región turística o destino) y afecta a los contenidos y prácticas medioambientales, urbanísticas y sectoriales que configuran y definen el entorno territorial y funcional de los lugares especializados en turismo (Vera et al., 2010).

Frente a esta situación, la renovación turística y ambiental y el reposicionamiento representan los objetivos principales de la política turística de la mayoría de los destinos tradicionales de "sol y playa". En consecuencia, los destinos de turismo litoral, en su mayoría, enfrentan crisis e incertidumbres, que plantean desafíos de adaptación a las tendencias del mercado turístico.

Esta situación demanda una gestión turística integral y sustentable en pos de la competitividad. La cual debe ser abordada desde una perspectiva multidimensional, ya que involucra lo económico, lo social, lo cultural, lo político, lo tecnológico y lo ambiental; todas dimensiones intrínsecas tanto al destino turístico, como al territorio y su sustentabilidad.

La estrecha vinculación de la actividad turística con el territorio sitúa el enfoque transversal de la política turística como un factor clave; ya que se requiere de la formulación y puesta en marcha de estrategias turísticas encaminadas a recualificar y diferenciar el destino. En otros términos, es necesaria una gestión para la renovación ambiental basada en parámetros de mejora de la calidad ambiental y de refuerzo de la identidad local, con el objeto final de recuperar la atractividad turística.

El gobierno local constituye un actor fundamental para la implementación de las nuevas modalidades del turismo y de sus estrategias, dado que se constituye en la expresión más clara del Estado en el territorio.

La gestión territorial de la política pública, en la práctica se sustenta en la cooperación y fomento de capacidades para la autogestión, que trascienden la estructuración de las políticas y que debe concretar la institucionalidad de lo territorial a partir de la concertación de actores. Por lo tanto, la estrategia de desarrollo territorial se concibe con los subsistemas de acción de actores, organizaciones, instituciones y redes locales (González Díaz et al., 2013).

En la Argentina, en los destinos turísticos del litoral de la Provincia de Buenos Aires la situación actual de este espacio y el tipo de soluciones propuestas, implican compatibilizar la urbanización turística con el paisaje, para la preservación del medio natural y urbano y, al mismo tiempo, para garantizar un cierto grado de permanencia de aquellos rasgos paisajísticos que tiene sentido mantener y mostrar. En el litoral bonaerense, ante la necesidad de restaurar y mantener las condiciones ambientales y de afrontar la renovación de destinos maduros del litoral, se vienen desarrollando planes relativos a la gestión costera a través del Plan de Costas lanzado en 2008 y el desarrollo del turismo sustentable de acuerdo al Plan Estratégico de Turismo Sustentable iniciado en 2010.

En particular, en el Municipio de Necochea desde el año 2004, la Secretaría de Planeamiento y Medio Ambiente está implementando el Plan Integral Costero, enmarcado en el Plan Urbano Ambiental. Las pautas establecidas en el Plan Integral Costero, promueven garantizar un estándar sostenible del soporte receptor y de calidad óptima. En el 2007, esta iniciativa, se reforzó a través del programa de reacondicionamiento del frente costero.

Asimismo, la creación del Ente Necochea de Turismo (ENTUR) en el año 2010, afianzó desde la política turística el reconocimiento de la actividad turística como factor de desarrollo del Partido y planteó nuevos objetivos en la planificación del turismo. Entre ellos: promover una dinámica de gestión desde una perspectiva sustentable e integral del turismo, con los objetivos de

lograr un posicionamiento de Necochea, no sólo como un destino tradicional de “sol y playa”, sino de turismo alternativo (aventura - naturaleza - cultura - deportes) y optimizar, articular y vincular a las políticas municipales emanadas de estos instrumentos de gestión vigentes.

Para el logro de estos objetivos en el año 2013 el ENTUR lanzó el Plan estratégico de turismo sustentable de Necochea 2013 – 2023. El mismo fue coordinado por el equipo de investigación de la Universidad Nacional de Mar del Plata, que estaba llevando a cabo el proyecto de investigación La renovación ambiental de los espacios turísticos de Necochea. La capitalización de las condiciones burocráticas del Ente de Turismo de Necochea, ente autónomo municipal con una fuerte voluntad política de renovar a Necochea como destino turístico y las condiciones sociales vinculadas a la necesidad de restablecer los vínculos con la comunidad residente a partir de políticas turísticas consensuadas y la importancia asignada por la misma a la actividad turística, se constituyeron en un factor decisivo para el logro más fluido de los objetivos del proyecto de investigación.

De hecho, la emergencia de la agenda turística, hizo necesario que se articulen nuevas lógicas de representación. Lógicas capaces de modificar la política turística, no sólo para lograr los rendimientos institucionales esperados (efectos de la política pública), sino también un cambio de cultura de gestión.

La mejora de las condiciones institucionales para la gestión local del turismo depende de la comprensión de los aspectos político-institucionales que fortalecen o debilitan la implementación territorial de las políticas públicas, de la forma en que se toman las decisiones y de los contenidos de intervención (Vargas, 2011).

Por consiguiente, se analizaron los criterios planificadores establecidos, a partir de la comprensión del plan estratégico y su incidencia en la configuración del escenario turístico esperado; identificando el tipo de es-

trategias a adoptar para la renovación y desarrollo de productos territoriales para la consolidación de Necochea como destino turístico en un planteamiento amplio de la noción territorio proyecto.

La aproximación a esta problemática implicó el planteo de estrategias metodológicas en base a la investigación-acción participativa, en particular en relación a técnicas que conciernen al desarrollo sustentable de los territorios.

Por lo tanto, se optó por un abordaje teórico basado en las premisas básicas de la Inteligencia Territorial, donde la relevancia la tiene el contexto de aplicación y la mirada está más asociada a los problemas sociales que a las disciplinas, en un marco metodológico que engloba a la investigación, a la acción y a la participación ciudadana (Girardot, 2010).

Esto implicó que el análisis se planteara desde un enfoque explicativo y práctico para determinar qué actuaciones específicas y transversales contribuyen a la transformación de una forma evolutiva. Y además, que atiendan a la estructura de valores sociales deseables desde un proceso de construcción e internalización político-institucional, presentes en el plan estratégico, que reflejen una imagen global deseable.

### **La gestión ambiental del destino turístico**

La gestión ambiental de un destino turístico requiere, por un lado, un aumento de la competitividad turística y, por otro, la conservación y mejora de sus características medioambientales. En este sentido, una planificación integral del espacio objeto de actuación debe basarse en una práctica planificadora estratégica de ordenamiento territorial contemplando e interrelacionando, sistémicamente, las dimensiones físicas, sociales, económicas y políticas que conforman el territorio real.

Por lo tanto, se debe entender la visión territorial del fenómeno turístico para actuar, dado que las implica-

ciones territoriales (desde el punto de vista administrativo, geográfico o de representación social) tienen una gran conexión con el modelo de gestión turística. En efecto, el carácter integral del destino turístico está representado en la variedad de elementos que lo componen y son claves para su funcionamiento.

La transformación social-territorial explica los lugares en términos de patrones de ocupación y apropiación territorial, donde se decide, en conjunto, intervenir en la medida que determinados actores se ponen a trabajar por territorios posibles más sustentables que los actuales (Mateo y Bozzano, 2010). Esto alude a los fundamentos teóricos principales del concepto de inteligencia territorial que son: la consideración del desarrollo sostenible como una alternativa a una visión estrictamente económica del desarrollo y la importancia de los territorios como espacio de acción para su comunidad (Girardot, 2010).

La renovación turística con referencia expresa al desarrollo sustentable implica adoptar un enfoque global del territorio, en el cual los actores se constituyen en un grupo operativo que a través de la participación determinan necesidades, discuten alternativas e influyen en el proceso decisorio (Girardot, 2010).

En consecuencia se debe considerar el concepto de territorialidad entendido como efecto del territorio y recurso estratégico de los actores, expresa una posibilidad para la gestión del desarrollo bajo el argumento de la territorialización de la política pública, aunque demanda un proceso creativo entre gobierno y actores sociales, y con ello la búsqueda de mecanismos para empatar prioridades socioculturales, dinámica organizativa e institucional, además de recursos del territorio (González Díaz et al., 2013:246).

El proceso de territorialización de las políticas públicas implica construir y reconstruir los procesos de actuación de los poderes públicos. Una revisión de relaciones, alianzas y conflictos intergubernamentales; la incidencia en cada política concreta.

La capacidad de los gobiernos locales se encuentra condicionada no sólo por su capacidad de gestión pública, sino también por las relaciones que se puedan desarrollar con otras instancias del gobierno y con los actores de la sociedad civil. La comprensión de tales capacidades de los gobiernos locales en el proceso de implementación de las políticas públicas territorializadas, significa advertir un conjunto complejo de relaciones institucionales y sociales. En otras palabras, requiere de la comprensión de aspectos político-institucionales que fortalecen o debilitan la implementación territorial de las políticas públicas, cobrando relevancia el análisis de la forma en que se toman las decisiones y los contenidos de intervención (González Díaz et al., 2013).

La sustentabilidad de las estrategias de desarrollo depende del involucramiento de los diversos actores en los procesos de toma de decisiones. En la práctica, una gestión estatal consensuada requiere de participación e iniciativas que permitan fortalecer la confianza entre el gobierno y la sociedad civil, ampliando las oportunidades de cooperación y coordinación.

Para impulsar el desarrollo turístico sustentable, es imperativo un diseño mixto de políticas, en la cual los gobiernos territoriales deben desempeñar un papel decisivo en la creación de formas de participación en la toma de decisiones apropiadas; asumiendo que la ciudadanía tiene un papel relevante en el desarrollo del turismo.

Por consiguiente, es necesario enfatizar en las nuevas funciones que deben desempeñar las administraciones públicas municipales, para concertar con los agentes socioeconómicos locales. En consecuencia, el desarrollo del turismo dependerá de la implementación de un proceso participativo, que fomente los acuerdos de colaboración entre los principales actores públicos y privados de un territorio, posibilitando el diseño y la puesta en práctica de una estrategia común aprovechando los recursos endógenos y capitalizando las ventajas competitivas locales.

Tal como lo plantea Girardot (2010) el proceso de participación colaborativa sustentable se sustenta en cuatro pilares: movilización de los actores y de los recursos territoriales, democratización de los conocimientos y de las competencias, responsabilidad de los participantes y de las instituciones concernidas, propiedad común de los resultados de la investigación-acción.

En este sentido, se requiere el trabajo conjunto de los sectores público-privado, el gobierno local y la sociedad civil; ya que pueden ser más efectivos porque agregan capacidades y optimizan los escasos recursos con que cuentan las localidades, en el marco de una visión común articulada para lograr soluciones sostenibles. Por lo tanto, se hace necesaria la participación ciudadana y la concertación de actores, o sea el involucramiento de los ciudadanos, en la toma de decisiones estratégicas y la construcción de acuerdos entre los distintos actores sociales, económicos y políticos con el fin de viabilizar iniciativas en beneficio común. De este modo las estrategias de desarrollo turístico no se limitan a concebir al territorio como simple espacio o soporte funcional del despliegue de actividades; sino además como un agente de transformación social (Benavides, 2007).

El concepto de gestión participativa desde lo territorial se hace posible en el plano de la operatividad, en los territorios concretos. Por ende, la puesta en práctica supone la búsqueda y avance en programas sectoriales interconectados, con una mayor capacidad logística y operativa capitalizando la utilización de los recursos y el capital social locales (Vargas, 2011).

Entonces, para concretar las estrategias de desarrollo turístico es necesaria una planificación que atienda a la combinación de factores estratégicos y operativos, con una fuerte capacidad de flexibilización a las condiciones del entorno y a las realidades políticas imperantes. Por consiguiente, la planificación involucra dos dimensiones, la estratégica y la operativa, que deben ser tenidas en cuenta en el arreglo institucional. La vinculación de ambas dimensiones requiere de un proceso de planificación-gestión que permita identificar las problemáticas más relevantes del sector, establecer

objetivos y su correlación con estrategias y ciertos niveles básicos de implementación.

Es en este contexto que la planificación estratégica en la política pública se vuelve relevante debido a que hace posible generar instrumentos para dar coherencia a los diversos actos del gobierno, establecer prioridades y consensos de interés público, superar la visión de corto plazo y promover procesos de desarrollo integral.

El desarrollo de la planificación estratégica, desde la gestión pública pretende garantizar el cumplimiento de la finalidad y la misión del interés público, a través de una serie de estrategias derivadas de objetivos generales y medidas concretas, capaces de guiar el entramado institucional y provocar los niveles de cohesión y coherencia necesarios en el aparato estatal, logrando así una administración eficaz y eficiente (Vargas, 2011). En síntesis, se trata de que la planificación del turismo sustentable tenga un alcance horizontal y estratégico. La estrecha vinculación de la actividad turística con el territorio instala al enfoque transversal de la política turística como un factor de competitividad clave. Donde, la integración de políticas sectoriales relativas a los aspectos territoriales, urbanísticos y ambientales son aspectos decisivos y estratégicos para las necesidades de recalificación y diversificación del destino y la participación ciudadana estimula la transversalidad de las políticas públicas.

El planteamiento amplio de la noción territorio proyecto debe contribuir al desarrollo municipal asumiendo la función de articulación y optimización de recursos privados y públicos, en una lógica de corresponsabilidad en la construcción de una sociedad que garantiza el bienestar de todas las personas.

El diseño de una estrategia de intervención de estas características requiere de la definición de un enfoque metodológico de investigación que contribuya a la generación de las coaliciones político-sociales y a la comprensión de los aspectos político-institucionales que fortalecen o debilitan la implementación territorial de las políticas públicas. Tal práctica investigativa tiene como propósito mejorar las condiciones institucionales para la gestión local, produciendo información res-

pecto de la forma en que se toman las decisiones y de la definición de los contenidos de intervención.

## METODOLOGÍA

La aplicación de un trabajo de investigación-acción participativa apareció necesaria, en este caso, para llevar a cabo el Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Necochea. De esta manera se pudo propiciar un doble espacio, uno de producción académica y otro de contribución social. Se procuró de conducir un proceso para dar lugar a una co-construcción de consensos respecto de la problemática turística de Necochea y permitir al equipo de investigación, a través de asumir la función de facilitador, usar los resultados para producir conocimiento y a los actores locales apropiarse de los resultados adaptados a su situación particular. Por consiguiente, fue necesario compatibilizar un conocimiento empírico, técnico y racional con modos de interacción directa, que permitiesen comprender cuáles son las percepciones que tiene la comunidad sobre la naturaleza, el bienestar y el bien común, ya que éstos son factores que influyen en el desarrollo de la actividad turística.

En consecuencia, el abordaje de investigación tuvo dos instancias: una teórica-explicativa y una práctica. La explicación se hizo desde la situación de los actores, sus acciones e interacciones a partir de lo que se consideraba como problemas relevantes y con referencia hacia los cuales se direcciona la intervención, precisando criterios y procesos. El abordaje práctico, se realizó mediante el seguimiento participativo (coordinación) de las jornadas de trabajo del plan estratégico y de la interacción formal e informal con los actores participantes.

Para el análisis, en términos operativos se definieron cuatro etapas:

1. La etapa de arranque donde se procuró comprender la situación problemática explicando los criterios planificadores subyacentes en la concepción del Plan, en función de cómo se abordó la problemática y la lógica de intervención adoptada.
2. La etapa de apertura que consistió en la formulación del plan, específicamente en el trabajo en taller en cinco encuentros, donde se facilitó respetar todos los puntos de vista existentes en torno a la problemática, definir objetivos y recoger las posibles propuestas producto de la propia praxis participativa que pudieran servir de base para su debate y negociación entre todos los sectores sociales implicados. Cuyo análisis se presenta a partir de:
  - El procedimiento entendido como un ejercicio participativo para la construcción de consensos
  - Los contenidos de intervención que determinan de imágenes objetivo (misión visión), objetivos y líneas de actuación que contribuyan a generar las coaliciones político-sociales para la aceptación de la política pública y a la generación de una estrategia de intervención de corto, mediano o largo plazo.
3. La etapa de cierre que implicó el trabajo de gabinete del equipo de investigación para la elaboración de síntesis e informe y la devolución de resultados a los participantes. En esta etapa las propuestas se sintetizaron en el documento del Plan que fue compartido y circulado y la devolución de resultados supuso que los sectores implicados asumieran un papel protagonista en el desarrollo del proceso. Esto dio lugar a la proyección del Plan en términos propositivos identificando dos tipos de estrategias:
  - Las estrategias específicas para la puesta en práctica de la planificación que orientan la formulación de programas y acciones concretas.
  - Las estrategias transversales asociadas más a modelos conceptuales, entendidos como premisas o postulados de planificación que definirían las posibilidades contextuales de implementación.
4. La etapa de evaluación en la que se intentó com-

prender los aspectos político-institucionales que fortalecen o debilitan la implementación territorial del Plan distinguiendo las condiciones de tres procesos: el de internalización de la política, el participativo, el de territorialización de las políticas.

En síntesis, la estrategia metodológica quedó definida en función del abordaje, etapas, dimensiones y categorías de análisis que se detallan en la Tabla 1.

### El caso del partido de Necochea

El Partido de Necochea se encuentra ubicado en el litoral marítimo del sudeste de la provincia de Buenos Aires, Argentina. La cabecera del partido es la ciudad homónima de Necochea que se halla sobre la costa atlántica del Partido y, junto con la ciudad de Quequén, conforman un solo aglomerado urbano separado por el Río Quequén. El interior del Partido está integrado ade-

**Tabla 1: Abordaje, etapas, dimensiones y categorías de análisis.**

Abordaje	Etapas	Dimensiones	Categorías
Explicativo	Arranque	Concepción del plan	-La situación problemática -La lógica de intervención
Práctico	Apertura	Formulación del plan	-El procedimiento -Los contenidos
Práctico	Cierre	Proyección del plan	-Las estrategias específicas -Las estrategias transversales
Explicativo	Evaluación	Compresión de procesos político-institucionales	-Proceso de internalización de la política -Proceso participativo -Proceso territorialización de las políticas

Fuente: *Elaboración propia*

más por las localidades de Juan N. Fernández, La Dulce, Claraz y Santamarina vinculados con la producción agrícola (Ver Figura1).

Sus extensas playas propiciaron el desarrollo de un turismo de sol y playa como actividad económica tradicional de Necochea. Modalidad que a partir de la década de 1990 comenzó a presentar síntomas de declive manifestados en el repliegue del turismo, no tanto en el número de turistas sino más bien en la pérdida de su proyección nacional y transformándose en un destino de turismo regional deteriorado material y simbólicamente, frente al surgimiento de nuevos destinos y nuevas ofertas turísticas.

Durante la última década, el Municipio comenzó a impulsar distintas iniciativas que permitieran superar la fase de estancamiento. En la agenda del gobierno municipal se consolidó el objetivo del reposicionamiento urbano y turístico. De

hecho, desde el año 2007 la política turística local se viene adaptando hacia una planificación más estratégica. En este contexto se definieron una serie de políticas para la mejora del espacio urbano y natural, como el Plan Urbano Ambiental (2007) y el Plan Integral Costero (2010). Además, la creación del Ente Necochea de Turismo (ENTUR) en el año 2010, se centró en el reconocimiento de la actividad turística como factor de desarrollo del Partido y planteó nuevos retos en la política turística. Entre ellos se proponía: promover una dinámica de gestión desde una perspectiva sustentable e integral del turismo, con los objetivos de lograr un posicionamiento de Necochea no sólo como un destino tradicional de "sol y playa", sino de turismo alternativo y optimizar, articular y vincular las políticas municipales emanadas de estos instrumentos de gestión vigentes.

Pese a estas iniciativas, en el año 2012 se presentaron algunas situaciones contradictorias en la gestión turística, que repercutieron desfavorablemente en la temporada turística,

Figura 1 – Ubicación  
Partido de Necochea



Fuente: Merlotto et al. (2012)

generando muchas demandas del sector y de la comunidad. Estas condiciones pre-existentes desfavorables identificadas desde la visión local, como la incongruencia de la política turística con las necesidades del sector y la dependencia del turismo en el modo de vida para un porcentaje significativo de la población, sumada a la visión externa de Necochea como destino turístico, sin posicionamiento estratégico frente a sus competidores y con una imagen que requería una renovación, evidenciaron que cualquier propuesta de actividad turística en el Partido debería orientarse tanto a desplegar las potencialidades y al mismo tiempo a resolver las restricciones. En este escenario, la cuestión turística se instaló como emergencia de la agenda Municipal y resaltó la necesidad de propiciar la convergencia de instrumentos, acciones y actores.

### El plan estratégico de Necochea

El análisis del plan se realizó teniendo en cuenta las dimensiones planteadas en la estrategia metodológica: concepción del plan, formulación del plan, proyección del plan y comprensión de procesos político-institucionales.

#### La concepción del Plan

La emergencia de la agenda determinó la orientación en el diseño institucional, o sea, el modo de abordar la problemática del turismo, y asimismo justificó que se planteara un cambio en la apertura y posibilidad de diálogo con otros actores, lo que implicó una innovación que contribuyó a la definición de un nuevo enfoque de gestión.

La lógica de intervención se basó en dar respuesta al descontento social con la política turística de la gestión de los últimos años, en consecuencia la pretensión de la conducción del ENTUR que asumió en el 2012 fue generar un espacio de concertación con participación plena de los actores del territorio. Por consiguiente, para conferir congruencia a las acciones y programas institucionales de desarrollo turístico a partir de la planeación, definición de prioridades, operación y evaluación del desarrollo, se optó por la realización de un plan estratégico. El plan se llevó a cabo durante los meses de agosto, septiembre y octubre de 2013 y su ejecución fue resultado de la corresponsabilidad administrativa y el liderazgo que asumió la gestión local con el apoyo técnico del grupo de investigación, para concretar la filosofía, los objetivos y las realizaciones del Plan de Turismo Sustentable.

### La formulación del Plan

La formulación del plan participativo tenía como finalidad establecer un espacio multisectorial para facilitar la puesta en común de las diferentes opiniones y buscar formas de mejorar turísticamente el territorio, integradas en una visión colectiva y de largo plazo.

Tal formulación para el equipo de investigación implicó desarrollar un procedimiento basado en una intervención planificada con la finalidad de generar mecanismos para la organización local y eventualmente la acción colectiva y al mismo tiempo, transmitir herramientas para mejorar la toma de decisión sobre la actividad turística.

Para ello, se optó por la modalidad de Taller dado que es un método participativo. La utilización de este método tuvo como objetivo dar respuesta a las inquietudes del sector turístico de Necochea, teniendo en cuenta la opinión de todos los actores interesados, para llegar a la formulación de un plan que contribuya a una toma de decisiones colectiva y consensuada.

El procedimiento de trabajo consistió en una dinámica y técnicas, cuya selección se basó en tres aspectos prioritarios: el proceso participativo respetando el proceso natural del grupo y adaptando el mismo a su contexto y opiniones; la eficacia de la técnica para facilitar una consigna de trabajo y la tarea específica en cada encuentro y el contacto e intercambio continuo de información y resultados de cada encuentro de modo que se estableciera una relación productiva entre los participantes y equipo técnico en el proceso de planificación de la acción.

Por lo tanto, el proceso de trabajo incluyó: cinco jornadas de trabajo de los grupos con consignas y técnicas particulares; una serie de instancias de sistematización de las opiniones de los participantes teniendo en cuenta los distintos aportes de los grupos según los ejes de trabajo a cargo del equipo técnico y unas discusiones plenarios previas a las jornadas de trabajo con las ideas más importantes y un instrumento de recolección de opiniones individuales. Además, se hizo un seguimiento vía mail que atendió a todas las perspectivas valorativas posibles, donde los participantes evaluaban la sistematización de opiniones. En consecuencia, los resultados de cada encuentro pudieron ser rectificadas y validados por sus protagonistas (Bertoni et al., 2013).

Los contenidos principales definidos fueron relativos, por un lado, a los propósitos generales, la misión y la visión del plan. La misión entendida como los motivos y propósitos para los cuales el destino encauzará sus esfuerzos de desarrollo y la visión como la definición preliminar de la imagen objetivo del territorio, consensuada a partir de la opinión de los participantes en relación a elementos conceptuales que contribuyan a tal definición. Por el otro, a las estrategias particulares que son orientaciones para la planificación que se sintetizan a partir de los objetivos, líneas de acción y recomendaciones para la acción propuestas, para los cuatro ejes de trabajos determinados por los participantes: Producto, Medio Ambiente, Marketing y Relación Turista Residente, que se establecieron

en el primer encuentro de acuerdo a la opinión de todos los participantes.

La misión estableció el enfoque esencial del Plan y representaba un grupo de objetivos generales que se identificaron como necesidades sentidas. Por lo tanto, la misión del Plan definida es definir y consensuar objetivos de gestión turística para establecer líneas de acción que garanticen la accesibilidad desde el exterior, facilitando el acceso y la movilidad de los turistas en el destino, contribuyan a la mejora y mantenimiento de los espacios públicos verdes y urbanos de Necochea y generen conciencia turística y ambiental en la población local. La visión se elaboró en base a los resultados de la encuesta realizada a los participantes en el primer encuentro, teniendo en cuenta dos aspectos principales: las características distintivas del destino, en este caso entendido como el Partido de Necochea y los aspectos de evocación subjetiva relativos a percepciones de los residentes y turistas. En este sentido, la visión que se estableció es impulsar la transformación de Necochea para su adaptación a los nuevos requerimientos de la demanda y a la generación de un mayor beneficio económico, social y medioambiental, capitalizando el sentido de pertenencia de la población local, resaltando la importancia de sus atributos naturales.

El trabajo en los encuentros del Taller permitió establecer para cada eje de trabajo objetivos generales y específicos, estos últimos priorizados según su importancia, líneas de acción ponderadas en función de plazos e intensidades y recomendaciones concretas para la acción (Bertoni et al., 2013).

En términos simplificados y sintéticos se propuso para cada eje:

- Producto identificar los atractivos más destacables y representativos del territorio, actividades turísticas que se realizan actualmente, productos turísticos a desarrollar y la diversificación del producto turístico de "sol y playa". Planear la incorporación de nuevas alternativas de turismo cultural, rural, ecoturismo y aventura, turismo deportivo, entre otros, ofreciendo experiencias nuevas y especializadas.
- Medio Ambiente estimular la necesidad de adoptar un enfoque global e integrado para conseguir un turismo sus-

tentable a largo plazo, respetando las características de los espacios turísticos en función de la capacidad de carga, fijando límites a la amplitud del desarrollo turístico, concientizando a la población residente y turística y estableciendo un control permanentemente.

- Marketing contribuir al posicionamiento de Necochea como producto turístico competitivo, a través de eficientes mecanismos promocionales, apoyados en innovaciones tecnológicas y en la coordinación con todos los actores relacionados al sector. Propiciar la promoción de los cambios que permitirán alcanzar una penetración efectiva y consecuente del producto en los mercados emisores y meta, consolidando a Necochea como un destino turístico reconocido a nivel nacional, atrayendo a los turistas que aún no conocen y manteniendo una alta tasa de repetición de la demanda cautiva.
- Relación Turista Residente proponer alternativas para garantizar la seguridad personal del turista a través del compromiso de los actores involucrados en la gestión del turismo y el fortalecimiento de los recursos y servicios turísticos, logrando que la experiencia turística en Necochea se desarrolle en un escenario seguro y confiable, mejorando la imagen de la localidad.

### La proyección del Plan

Tomando en cuenta lo anterior, la proyección para la implementación del Plan implicó la consideración de dos tipos de estrategias: específicas para cada eje de trabajo y estrategias transversales para la implementación de políticas de cambio.

Las estrategias específicas fueron:

- Para el eje Producto estrategias de gestión turística que se asocian a reestructurar los productos turísticos y cualificarlos a través de acciones que plantean la singularización y diferenciación y a revertir la estacionalidad de la actividad turística
- Para el eje Medio Ambiente estrategias de renovación del espacio urbano y natural vinculadas a la recuperación ambiental de los espacios naturales, la rehabilitación y refun-

cionalización de los espacios urbanos y la puesta en valor principalmente del río.

- Para el eje Marketing estrategias de posicionamiento relativas a la mejora y actualización de la imagen turística de Necochea y a la innovación y diversificación en las técnicas de comunicación y difusión.
- Para el eje Relación Turista Residente estrategias de cultura turística que tienden a reforzar las líneas de trabajo en cooperación con las administraciones públicas y el sector privado, en la definición y ejecución de políticas o acciones que afectan al turismo y la sensibilización para la mejora de la sostenibilidad del sector turístico, involucrando a todos los agentes que participan directa o indirectamente en la actividad turística.

Los resultados de los ejes de trabajo permitieron identificar tres estrategias transversales para la renovación del Partido de Necochea como destino turístico sobre los que se deberá trabajar a futuro y de manera continua que responden más a modelos conceptuales, que en definitiva definen premisas de planificación.

- La sustentabilidad del patrimonio natural como centro de la actividad turística

El turismo en el Partido está centrado principalmente en sus recursos naturales, tanto los actualmente utilizados como los potenciales que son muy valorados socialmente. En este sentido las acciones recomendadas, por un lado, proponen la reinversión para el mantenimiento y optimización de su patrimonio como atractivo y por el otro promueven el cuidado, la preservación, la valoración y uso responsable de los espacios naturales.

Esto implica una clara orientación hacia el turismo sustentable, que debe basarse en una definición renovada de identidad local en dos sentidos, uno, en función de la identidad turística, que implica fortalecer la originalidad y diferenciación del destino a partir de su calidad ambiental y sus servicios; y otro, de acuerdo al significado otorgado al lugar por parte de sus habitantes, ya que las condiciones naturales del Partido son identificadas, interpretadas e interiorizadas como valores propios de la comunidad.

•La Información y la educación como proceso transversal de la gestión turística

La información y educación son aspectos claves en la generación de recursos, atractivos y productos, en la formación de actores y operadores turísticos, en la formación y consolidación de alianzas estratégicas, entre otros.

La gestión turística debe constituirse en un proceso transversal para potenciar el uso responsable, provechoso, atractivo y efectivo de los recursos, a partir de integrar la preservación de los espacios turísticos con el disfrute por parte de la sociedad. Por lo tanto, es necesario generar una comunicación estratégica que atienda a todas las acciones recomendadas, estableciendo procesos permanentes de intercambio de información útil entre los involucrados y responsables del sistema turístico, utilizando herramientas educativas diversas y además, tecnologías adecuadas y pertinentes para atraer turistas. De hecho, se deben dirigir los esfuerzos a tener recursos humanos capacitados en calidad y atención al cliente, en la intervención y el cuidado del destino y en la fiscalización y regulación de las actividades, tanto recreativas como otras actividades económicas.

**La actividad turística desde una perspectiva integradora**

Por todo lo establecido se hace necesario asumir la actividad turística desde una perspectiva integradora basada en un enfoque sistémico. Esta perspectiva debe tener en cuenta los diferentes aspectos a considerar en torno a los recursos y a los productos turísticos y, al mismo tiempo, a los procesos de planificación, de gestión y operatividad necesarios, considerando tanto el contexto interno como externo, para producir servicios de calidad y satisfacer la demanda de los visitantes actuales y potenciales.

Esto implica que se deben promover simultáneamente, de modo estratégico e integral, una gestión eficiente de recursos, la participación activa de los residentes, el vínculo entre distintas áreas administrativas públicas, la construcción de ciudadanía responsable para el cuidado y preservación del patrimonio y además, la investigación, la generación e innovación de productos y la segmentación de usuarios y de servicios.

**La comprensión de los procesos político institucionales**

La emergencia de la agenda facilitó la sensibilización y apropiación de los actores sobre su realidad, pero sobre todo de

la capacidad de debate para generar una posición abierta de análisis y reflexión. Estos aspectos hicieron factible obtener niveles adecuados de legitimidad, para iniciar un proceso de construcción e internalización de la política turística desde un enfoque participativo.

La concepción del Plan implicó desarrollar nuevas lógicas de representación vinculadas al proceso participativo. En este sentido, se constató una participación adecuada, dada en el interés manifiesto y la asistencia voluntaria y continua de los actores a los talleres del Plan. Asimismo, la representatividad no presentó sesgos hacia ningún grupo en particular, lo que derivó en propuestas que respondieron a la visión misión establecida y no a la agenda de un grupo dominante. En el accionar particular de los encuentros se advirtieron oportunidades de consolidar relaciones sociales para concretar proyectos estratégicos, lo cual significó que se afianzara una red relativamente conectada, principalmente entre prestadores de servicios y se facilitara el establecimiento de una comunicación entre los participantes.

Por consiguiente, a través del proceso participativo el plan no sólo quedó validado, sino que además se estableció como una oportunidad real para la ciudadanía de incidir en la orientación de la política pública de turismo.

El proceso de territorialización de las políticas se manifiesta en un incipiente cambio de cultura en la gestión, ya que en cierta medida la formulación del Plan permitió generar capacidades internas para cada uno de los sectores representados, de modo que capitalicen el uso de herramientas dirigidas a lograr una concertación en forma articulada, para gestionar y movilizar recursos orientados hacia el desarrollo turístico del municipio.

Si bien las acciones del Plan aún no han sido implementadas en su totalidad, se puede inferir un efecto positivo de la política que sustenta. Por un lado, en la divulgación de los resultados obtenidos en los talleres donde el trabajo conjunto de los actores tiene reconocimiento social y político y es considerado un referente importante para el impulso de cualquier proceso de promoción del desarrollo turístico local y por el otro, es una contribución y garantía para que el gobierno local asuma un compromiso de largo plazo.

Estas condiciones hicieron posible que la formulación del Plan sea un proceso que tendrá varias etapas en su desarrollo, cuya importancia radica en haber dado el primer paso para abrir la posibilidad de que la comunidad se involucrara en el planteamiento de un proyecto territorio.

## CONCLUSIONES

La gestión ambiental del turismo en Necochea debe asumirse como la capacidad del territorio para sumar el accionar y efectos de sus potencialidades y sus ventajas competitivas hacia la competitividad y la sustentabilidad, con base en un objetivo común construido.

Por lo tanto, en la gestión, el gran reto de las estrategias es replantear las acciones sectoriales, donde será necesario enfatizar en los aspectos del territorio y su sustentabilidad. Tal énfasis implica que el análisis-búsqueda de estrategias debe dirigirse a acciones concretas, de forma que permitan la construcción y expresión del imaginario colectivo y la conservación de los recursos naturales a largo plazo.

Las estrategias de gestión turística deben asumir al territorio como espacio estratégico para el desarrollo e integración cultural definida por una imagen-colectivo, en que las autoridades municipales, sean en primera instancia, los impulsores del proyecto-territorio que pertenece al conjunto de la colectividad.

En este caso, desde el Plan pueden articularse lógicas de representación, donde las políticas públicas se convierten en una herramienta fundamental, no sólo para lograr los resultados institucionales esperados, sino también para favorecer el cambio de cultura de gestión generado.

El proceso de diseño y formulación de las políticas públicas municipales debe ser capaz de integrar el enfoque territorial, desde una perspectiva integral que contemple todas las dimensiones (social, económica y ecológica), incluyendo propósitos consensuados y promoviendo la coordinación en el uso de recursos y la búsqueda de efectos en el desarrollo socioeconómico de la comunidad, tomando en cuenta la gestión ambiental del territorio.

## BIBLIOGRAFÍA

- Benavides, B. (2007).** Alianzas multisectoriales: Mecanismos de participación, concertación y movilización de recursos para el desarrollo local. San Salvador: FUNDE/FUSAI.
- Bertoni M., López M., Testa J. & Lawler, L. (2013).** La planificación estratégica y sustentable del turismo en el Partido de Necochea. En Actas de VI Simposio en Turismo - XII Jornadas Nacionales de Investigación en Turismo, Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur e Instituto de Desarrollo Económico e Innovación, Argentina, Ushuaia.
- Merlotto, A., Piccolo, M., & Bértola, G. (2012).** Crecimiento urbano y cambios del uso/cobertura del suelo en las ciudades de Necochea y Quequén, Buenos Aires, Argentina. *Revista de geografía Norte Grande*, 53, 159-176.
- Girardot, J. (2010).** Inteligencia Territorial y Transición Socio-Ecológica. *Revista Trabajo*, 23, 15-39.
- González Díaz, J., García Velasco, R.; Ramírez Hernández, J. & Castañeda Martínez, T. (2013).** La territorialización de la política pública en el proceso de gestión territorial como praxis para el desarrollo. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 10(72), 243-265.
- Mateo, G. & Bozzano, H. (2010).** Un puente entre Economía Social, Desarrollo Local e Inteligencia Territorial. El caso de la Cooperativa Arroceros Villa Elisa, Entre Ríos, Argentina. En Actas de VIII Congreso Latinoamericano de Sociología Rural, Asociación Latinoamericana de Sociología Rural, Brasil, Porto de Galinhas.
- Vargas, J. (2011).** Territorialización de las políticas públicas En: Vargas J. & Camacho N. (coord.) *Territorialización de Políticas Públicas: Coordinación Interinstitucional Local en Centroamérica y República Dominicana* (pp. 35-72). San José: Fundación DEMUCA.
- Vera, J. & Baños, C. (2010).** Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 53, 329-353.

# La gestión de destinos en la Región de Los Lagos – Patagonia chilena ¿Una disputa entre asociatividad y competitividad?

## Destination management in the Region of Los Lagos - Chilean Patagonia. A dispute between associativity and competitiveness?

**Guillermo Pacheco Habert<sup>1</sup>, José Vera Garnica<sup>2</sup>, Juan Carlos Castaing Von der Hundt<sup>3</sup>.**

Los actores del turismo requieren de mayores instrumentos para dar solución a la problemática de la gobernanza. Esto porque la evidencia internacional en gestión integrada del turismo indica una falta de madurez de la actividad turística en las regiones de Chile. El objetivo principal de esta investigación fue identificar las principales problemáticas o barreras que frenan la planificación y gestión turística en los destinos del sur de Chile (Región de Los Lagos), y proponer estrategias para su superación. Este trabajo corresponde a una investigación fenomenológica que busca dar cuenta de la manifestación del turismo desde distintos modelos de planificación y gestión turística, incluyendo el análisis de conceptos asociados como competitividad, asociatividad y gobernanza. Se realizaron entrevistas semiestructuradas a los actores locales, líderes de organizaciones, políticos, técnicos y funcionarios públicos vinculados al turismo. Se aplicaron metodologías participativas en cada una de las provincias. Finalmente, se realizó una construcción exploratoria de la historia de la asociatividad turística en la Región de Los Lagos, identificándose problemáticas asociadas a la asociatividad turística, y se analizaron las dinámicas organizacionales de los sistemas de gobernanza turística y la identificación de dos tipos de asociatividad. Los principales hallazgos muestran que las barreras que impiden la asociatividad turística son la desconfianza, el individualismo, el desinterés por el trabajo colaborativo, el "descanso" en las directivas, los liderazgos negativos, la falta de afinidad entre individuos, la brecha entre política partidista y política local, y la relación asistencialismo – clientelismo. Una importante conclusión es que se requieren políticas regionales de turismo que sean eficaces para dar solución a largo plazo sobre los sistemas de gobernanza del turismo.

**Palabras clave:** Gobernanza turística, desconfianza, individualismo, políticas regionales de turismo.

The actors in tourism require greater instruments to solve the problem of governance. This is because the international evidence in integrated tourism management shows a lack of maturity in the tourist industry in the regions of Chile. The main goal of this study was to identify the main problems or barriers that hinder tourism planning and management in the destinations in southern Chile (Region of Los Lagos) and to propose strategies to overcome them. This work corresponds to a phenomenological study that endeavors to reveal the manifestation of tourism from different models of tourism planning and management, including the analysis of related concepts such as competitiveness, associativity and governance. Semi-structured interviews were conducted with the local actors, leaders of organizations, politicians, technicians and public-sector workers related to tourism. Participatory methodologies were applied in each of the provinces. Finally, an exploratory construction was made of the history of tourism associativity in the Region of Los Lagos, problems related to tourism associativity were identified, and the organizational dynamic systems of tourism governance and two types of associativity were analyzed. The main findings show that the barriers preventing tourism associativity are distrust, individualism, unwillingness to work collaboratively, "resting" on guidelines, negative leadership, the lack of affinity among individuals, the gap between partisan politics and local politics, and the relationship between State intervention and cronyism. An important conclusion is that regional tourism policies are required that effectively provide a long-term solution for the systems of governance in tourism.

**Key words:** Tourism governance, distrust, individualism, regional tourism policies.

**(Presentado: Noviembre 9, 2015. Aceptado: Diciembre 28, 2015)**

<sup>1</sup>Mg. Ciencias Sociales, Universidad de Los Lagos. Licenciado en Administración de Empresas de Turismo, Universidad Austral de Chile. Investigador asociado al Centro Transdisciplinario de Estudios Ambientales y Desarrollo Humano Sostenible (CEAM) de la Universidad Austral de Chile. Académico del Instituto de Turismo de la Universidad Austral de Chile. Chile. guillermopachecohabert@gmail.com

<sup>2</sup>Director y académico del Departamento de Gobierno y Empresa de la Universidad de Los Lagos. Chile. jvera@ulagos.cl

<sup>3</sup>Profesional del Departamento de Gobierno y Empresa de la Universidad de Los Lagos. Chile. juancarlos.castaing@gmail.com

## INTRODUCCIÓN

### Problema de la gestión de destinos

Se parte con una pregunta de investigación focalizada en un fenómeno en particular: “los sistemas de gobernanza del turismo”; esta pregunta corresponde a ¿Cómo es posible fortalecer la asociatividad turística en la Región de Los Lagos (Chile) a través de un sistema de gobernanza? Últimamente los actores del turismo requieren de mayores instrumentos para dar solución a la problemática de gobernanza del turismo, ya que al observar y conocer ejemplos internacionales de gestión integrada del turismo nos percatamos de la falta de madurez de la actividad en las regiones de Chile. No tan solo en la Región de Los Lagos, sino también en Región de La Araucanía; por ejemplo, según Pacheco et al. 2011, en las comunas de Villarrica, Pucón y Curarrehue el turismo no ha logrado planificarse desde una visión intercomunal; asimismo, tampoco existen instancias de gobernanzas definidas, con participación y empoderamiento de los actores locales.

A continuación se presentan cinco postulados que dan cuenta de la problemática de la gestión de destinos en la Región de Los Lagos:

Primero, según la literatura consultada de perspectivas teóricas, como en los estudios de caso del fenómeno turístico en el sur de Chile, podemos afirmar que cualquier sistema de gobernanza del turismo depende de una asociatividad madura y real con soporte institucional. Para el caso de la Región de Los Lagos, la asociatividad regional es incipiente, existen intentos de gobernanza en tres comunas de la región; estas corresponden a las mesas de turismo de Puerto Varas, Puyehue y Puerto Octay.

Segundo, en la Región de Los Lagos existieron intentos de asociatividad regional entre los años 2005 y 2010, bajo el alero de “Mesas público-privadas” con financiamiento directo del Estado, conocidas bajo el programa gubernamental denominado “Territorios Emprende”. En el año 2010, este sistema de fomento de las actividades productivas fue descontinuado, por lo que desaparecieron las mesas público-privadas. Estos intentos de gobernanza siempre fueron liderados realmente

por el sector público, dado que no prosperaron en su gestión cuando éste dejó de intervenir.

Tercero, existen barreras de asociatividad que es necesario identificar en detalle para su superación. Estas barreras se producen por las dicotomías naturales entre la comprensión de los fenómenos desde los intereses individuales versus los colectivos. En los últimos años se viene potenciando el concepto de competitividad como herramienta para mejorar y diferenciarse de otras empresas que ofertan servicios o productos similares. Sin embargo, la raíz filosófica de la competitividad responde en dirección contraria a la cooperación o asociatividad, que se pretende fortalecer en el turismo.

Cuarto, no existe un marco legislativo que dé sustento a la continuidad de gobernanzas regionales, provinciales o comunales del turismo, que operen los temas de planificación y gestión de la actividad. De acuerdo con la legislación actual del turismo, no se cuenta con un sistema de financiamiento coherente con las divisas atribuidas al sector. Los municipios no cuentan con las herramientas necesarias para desarrollar el turismo, ya que aunque algunos tengan profesionales del sector y se proclamen como municipios turísticos, a nivel legislativo por la Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades, no pueden existir Direcciones de Turismo, quedando relegados los equipos técnicos y profesionales de turismo, a pertenecer a un departamento dependiente de otras Direcciones dedicadas al desarrollo local y comunitario. Por esta razón los presupuestos de los departamentos de turismo son bastantes bajos ante sus necesidades aunque se trate de un municipio con alta vocación turística.

Quinto, la externalización del Estado en temas de desarrollo local ha permitido que el turismo sea potenciado, principalmente, por universidades y consultoras. Existe una gran cantidad de proyectos financiados por Instituciones de Fomento Productivo y Gobierno Regional, que se cruzan unos con otros con temáticas similares como, por ejemplo, la asociatividad, la gestión de destinos, el turismo sustentable, la calidad y promoción. La problemática de la asociatividad se toma desde distintas intervenciones, con distintos actores externos y en pocas ocasiones se presenta un real empoderamiento local. Esto aumenta la desmotivación de los

actores por la asociatividad, ya que observan líneas de intervención poco organizadas y coherentes unas con otras.

## OBJETIVOS

### Objetivo general

Identificar las principales problemáticas o barreras que frenan la planificación y gestión turística en los destinos del sur de Chile, y proponer estrategias para su superación.

### Objetivos específicos

- Analizar el fenómeno de la gestión de destinos, desde la perspectiva de la asociatividad, competitividad y sistemas de gobernanza.
- Identificar las problemáticas que frenan la planificación y gestión turística en el destino de la Región de Los Lagos.
- Proponer lineamientos de intervención para el diseño de políticas públicas para fortalecer la gestión de destinos.

## MARCO TEÓRICO

La gobernanza como proceso de empoderamiento y organización comunitaria

Según Mayntz (1998), el origen de gobernanza proviene de un intento de la autoridad política por modelar las estructuras y los procesos socioeconómicos. “La teoría moderna de la governance política surgió luego de la segunda guerra mundial en un momento en que los gobiernos aspiraban explícitamente a dirigir el desarrollo social y económico de sus países hacia objetivos precisos” (Mayntz, 1998:1). Se menciona también que sus orígenes parten de la teoría del desarrollo entre las décadas del 50 y 60, y el management público a fines de la década del 70, alcanzando su auge a partir de mediados de la década del 90 (Barbini et al. 2011).

Los efectos de governance se empeñaron en las alianzas público-privadas pero, sin embargo, se olvidaron

por un momento del tercer sector, el sector social. Este último sector hace referencia a la comunidad local, que muchas veces ni las empresas ni los gobiernos escuchan para concretar acciones sociopolíticas (Mayntz, 1998). Según Ostrom (2000), los sistemas de organización pueden revertir los problemas de competencia e individualismo en los territorios, y no necesariamente la solución tiene que venir de terceros, como el Estado o el sector privado. Más bien, la cooperación permite niveles de autogestión para resolver problemas de manera eficiente por los propios sujetos que viven su realidad, y manejan la información necesaria para autogestionar cambios sociales y mejorar sus procesos de desarrollo local.

Según Mayntz (1998), el concepto gobernanza tiene dos acepciones; en primer término, “para indicar un nuevo estilo de gobierno, distinto de un modelo jerárquico de control caracterizado por una mayor cooperación e interacción entre el Estado y actores no estatales, en relación a redes público-privadas”. En segundo término, “una modalidad distinta de coordinación de las acciones individuales, entendidas como formas primarias de construcción del orden social”. Mayntz (1998) da a reflexionar si realmente los sistemas de gobernanza son propiamente endógenos o autónomos en su gestión, y no modelos alternativos de un gobierno jerárquico. La autora también apunta hacia la tradición costumbre de sólo hacer dialogar en estos sistemas de gobernanza al sector público y privado, ya que en los últimos años recién se viene considerando a la sociedad civil como –al menos en teoría– parte de la gobernanza.

Según Pacheco y Álvarez (2011), la línea general sobre la que se desenvuelve en Chile el concepto de gobernanza es la adaptación del rol del Estado, ya que se encuentra asociada a modelos de gestión, a diferencia de otros países en América Latina que lo asocian a modelos de descentralización. En Chile y en la Región de Los Lagos no existen experiencias de modelos de gobernanza autónomos que hayan presionado hacia la descentralización.

Cabe mencionar también que algunos ejemplos responden al modelo de gobernanza entre el Estado y otros actores (Mayntz, 1998), en donde la gobernanza

trata de ser una extensión de las voluntades del gobierno, tal como se pudo observar en las mesas público-privadas del programa gubernamental denominado Territorio Emprende que culminó al finalizar el gobierno de la coalición política denominada "Concertación" en el año 2010.

### La gobernanza y el turismo

Las gobernanzas en el turismo se describen tal como se plantea en párrafos anteriores, tal como lo dice Mayntz (1998), por ejemplo, como sistemas de organización entre el sector privado y el público, y que en algunas ocasiones se suma la comunidad local (cuando logra ser considerada). En un sentido pragmático, la gobernanza parte de la asociatividad, de las alianzas entre actores sociales, y su papel en el turismo ha sido fundamental para que los destinos turísticos en el mundo se fortalezcan. Existe una relación epistemológica entre la gobernanza y la gestión de destinos turísticos; para Oyarzún y Szmulewicz (1999), por ejemplo, la gestión de destinos se basa en la asociatividad y tomas de decisiones colectivas, y para Mayntz (1998), la gobernanza son alianzas o asociaciones entre actores sociales agrupados en los sectores público, privado y comunidad local, con el objetivo de gobernar. La principal relación de ambos conceptos es que apuntan a la necesidad de la articulación entre actores sociales en virtud de un plan común a través de un trabajo colectivo para la planificación territorial.

En esta investigación se apunta a que la gobernanza debe incluir a la comunidad local y, por lo tanto, mientras los sistemas de gobernanza en turismo consideren escalas territoriales pequeñas, mayores son las oportunidades de éxito. Por ejemplo, la gobernanza de sistemas comunitarios es más sustentable que otros sistemas más amplios, principalmente por la despersonalización del individuo y la invisibilidad de los aspectos más humanos de las personas. Por ejemplo, a mayor cantidad de personas, mayor dificultad de una organización participativa, dado que la participación solo se da cuando existen instancias efectivas para que las personas se expresen, empoderen y definan sus visiones respecto al presente y futuro; y cuando existen muchas personas, en espacios territoriales amplios, terminan gobernando unos pocos. Todo esto es parte de lo que conocemos como desigualdad, centraliza-

ción y concentración, problemáticas de muchos países y regiones. Como lo que acontece también cuando las elites coaptan los gobiernos locales en el mundo, desviando los recursos a sus beneficios en desmedro de los más pobres (Bardhan, 2005).

En el caso del turismo, y a modo de una explicación sintética, existen ejemplos funcionales y para algunos exitosos de lo que conocemos como gobernanza turística. Tal como se planteaba anteriormente, los sistemas de gobernanza se diferencian por sus escalas territoriales como también por la cantidad de actores que las integran. Esto no quiere decir que no se diferencien por más cosas. Estas diferencias se observan de modelos de gobernanza turística que actualmente existen, pero en escalas distintas, con debilidades y fortalezas particulares. Las experiencias de gobernanza turística observadas corresponden a sistemas de gobernanza regional, comunal y comunitaria.

Escala comunitaria: Existen iniciativas de turismo comunitario en donde los sistemas de organización y toma de decisiones de las comunidades son un claro reflejo de un sistema de gobernanza endógena, proveniente de la propia comunidad local. Ejemplos de esto los vemos en experiencias chilenas de turismo de base comunitaria en la comunidad de Llaguepulli ubicada en el lago Budi, la red Trekaleyin en Alto Bio Bio, y otras experiencias en Brasil, Perú y Bolivia (Skewes et al., 2012; Henríquez et al., 2012).

Escala comunal: En Chile, el municipio o la comuna es la escala político-administrativa más pequeña. Así también es en otros países latinoamericanos como Brasil, Argentina, Perú y Bolivia. Se trata de un sistema de gobierno local, de gran relevancia para el desarrollo territorial. Sus niveles de eficiencia e impacto territorial aumentan cuando se logra trabajar en conjunto con la comunidad local y el sector privado. En la Región de Los Lagos existen algunas experiencias exitosas de gobernanzas turísticas para el turismo, desde la relación sector público y privado, estas corresponden a los procesos de gestión turística integrada en las mesas comunales de Puerto Octay, Puerto Varas y Puyehue. Otra experiencia interesante es lo acontecido en el Municipio de Bonito, Brasil (Sampaio et al., 2007).

Escala estadual y/o regional: A nivel estadual o regional, la gobernanza puede efectuarse más a nivel macro, disminuyendo la proximidad. Sin embargo, muchas veces las gobernanzas responden a ciertos tipos

de objetivos y, no necesariamente a aspectos de sustentabilidad. De todas maneras, un ejemplo de gobernanza estadual en el turismo es lo que acontece con Travel Alberta; se trata de un organismo dedicado al marketing, que con inversión estatal directa y un directorio dependiente del Ministerio del Turismo se dedica a ejecutar campañas promocionales de gran impacto, para captar sus segmentos de mercado y aumentar los ingresos, posee una industria de 7.800 millones de dólares que soporta 19.000 empresas turísticas y emplea a más de 139.000 ciudadanos de Alberta. Fue creado el 1 de abril de 2009 por autoridad de la Ley de Viajes Alberta. La Corporación se rige por un Consejo de Administración nombrado por el Gobierno de Alberta y está sujeta a las disposiciones del Marco de Gobierno Agencias Públicas. Así, Travel Alberta es la agencia de marketing turístico del Gobierno de Alberta (Travel Alberta, 2011).

**La dicotomía entre asociatividad y competitividad en la gestión de destinos**

Bosier (1997) destaca que los bloques competitividad/individualismo y cooperación/solidaridad no deben ser considerados monocausalmente; por lo tanto, se prefiere contar con una mixtura de ambos términos. Por un lado, una cultura dominada por la competitividad y el individualismo puede presentar un crecimiento acelerado y elevado, pero excluyendo componentes subjetivos y éticos. Asimismo, una cultura dominada por la cooperación y solidaridad puede generar equidad social pero al mismo tiempo un bajo logro material. Sampaio (2010), por su parte, menciona que la cooperación, la visión asociativa y el definir objetivos comunes para los territorios no pueden escapar tampoco de las visiones y beneficios individuales; por lo tanto, la individualidad debe ser respetada pero los beneficios deben ser tanto personales como colectivos en los usos propios del territorio. En este sentido, Bosier (1997) menciona la experiencia exitosa de los distritos italianos, y expresa la imposibilidad de su réplica. Esta imposibilidad la explica de acuerdo a estudios realizados por Rojas (1995) (en Bosier, 1997) respecto a las "relaciones de confianza", en donde se concluye que estas relaciones han sido un escollo de primera magnitud para la formulación de proyectos colectivos de desarrollo y, en consecuencia, han entrabado el desa-

rollo territorial. Sin embargo, en el Municipio de Bonito, en Brasil, existe una experiencia asociativa exitosa, la que corresponde a un acuerdo productivo local en una zona agrícola que con el tiempo ha puesto en valor su territorio, e incorporado una interesante vocación turística (Sampaio et al., 2007).

Podríamos preguntarnos ¿para qué ser tan competitivos? Esta palabra nos vincula a un lenguaje en que negamos o hacemos más difícil un trabajo colectivo. Maturana (2009) menciona que es un error vivir de competencia, porque de esa manera anulamos al otro, lo negamos y crece nuestro individualismo. Para Maturana (2009), la competitividad se basa en la derrota del otro, y se constituye culturalmente cuando el otro no logra obtener lo que uno obtiene, estableciéndose como un modo de relación humana. Los seres vivos no presentan competencia porque no buscan que otros dejen obtener lo que ellos obtienen, sino que la evolución se da de forma colaborativa y en la humanidad también es así; por ejemplo, la evolución de la comunicación y el lenguaje se ha logrado de manera colectiva y por convivencia (Maturana, 2009).

No olvidemos también que la competitividad se ha asociado a algunos vicios de la humanidad, como el odio, el egoísmo, la represión al perdedor, el racismo y la intolerancia, entre otros. La competitividad, para otros, puede ser la competencia contigo mismo para la autosuperación, o simplemente el deporte que ve la competencia como un acto de nobleza y entrega. Y en ese mismo sentido, la misma economía de libre competencia, para algunos la mano invisible de Adam Smith y para otros la mano negra del Capital según Carl Marx. El paradigma de competencia es un concepto técnico ambiguo, que puede formar parte de una visión técnica, política e ideológica. Al emplearse principalmente en la economía de mercado y la comercialización, se escuda dentro de las ciencias económicas; sin embargo, respecto a un análisis filosófico del concepto y a su uso, indica un desacuerdo en su utilización como factor positivo para un desarrollo territorial inclusivo y participativo. Usualmente entendemos técnicamente a la competencia como un concepto que contrapone a dos empresas de una misma actividad económica focalizadas en un mismo mercado.

Si bien el uso del concepto competencia puede depender del enfoque, en la actualidad es idóneo que la asociatividad abarque la competencia, desde la cola-

boración para que en sociedad se logre ser mejores en relación a sí mismos y en relación a otros. Olvidándonos solamente de competir, sino también de aumentar la calidad de los servicios, la inclusión social en el desarrollo y buen vivir.

## METODOLOGÍA

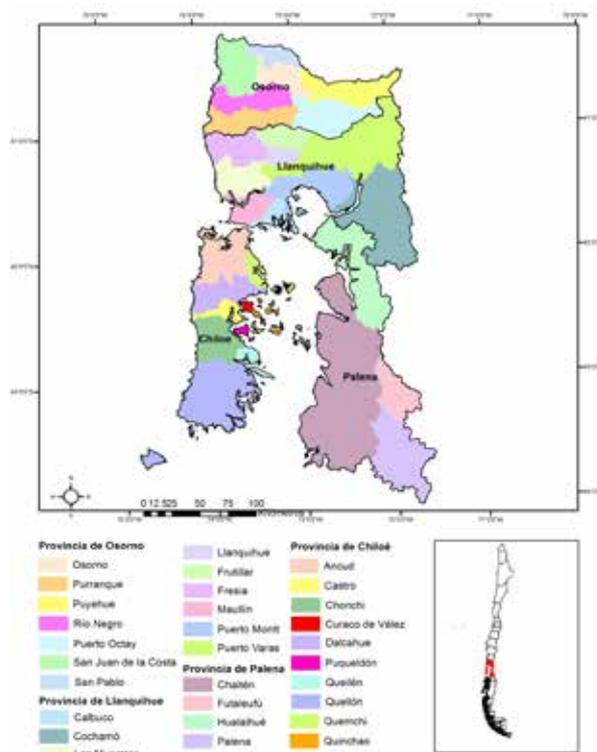
### Descripción general de la Región de Los Lagos

La Región de Los Lagos se emplaza en un paisaje dominado por la glaciación y el volcanismo. Se ubica en

el sur de Chile – Patagonia Chilena, en los paralelos 40°13' y el 44°3' de latitud Sur y entre las coordenadas 74°49' a 71°34' de Longitud Oeste, abarcando desde el Océano Pacífico hasta la Cordillera de los Andes.

Comprende 48.584,5 Km<sup>2</sup> de superficie y cuenta con una población de 841.123 personas, con una densidad de 17,31 hab/km<sup>2</sup> (INE 2014). Se compone por 4 provincias (Osorno, Llanquihue, Chiloé y Palena) y 30 comunas. En esta región las actividades productivas se concentran mayormente en la agricultura, ganadería, acuicultura y pesca artesanal, silvicultura, comercio, turismo y construcción. A continuación se presenta un mapa de la Región de Los Lagos.

Mapa 1. Región de Los Lagos: Provincias y comunas.



Fuente: Elaboración propia.

Se trata de una investigación fenomenológica que busca dar cuenta de la actividad turística desde distintos modelos de planificación y gestión, identificando elementos causales de los actuales desafíos de la gestión de destinos en la Región de Los Lagos y Patagonia Chilena. Para ello se realizaron entrevistas semiestructuradas y reuniones con actores clave identificados en una muestra por conveniencia. El trabajo de campo se llevó a cabo entre el 1 de abril de 2012 y el 1 de abril de 2014. Se realizaron entrevistas semiestructuradas a los actores locales, líderes de organizaciones, políticos, técnicos y funcionarios públicos vinculados al turismo, instituciones públicas como el Servicio Nacional de Turismo (Sernatur), municipios e instituciones de fomento productivo, etc. A la vez, se efectuaron reuniones con mesas de turismo público-privadas de comunas de la región. Se aplicaron metodologías participativas en cada una de las provincias, se diseñaron productos asociativos, se desarrollaron árboles de problemas para identificar causas y efectos de las problemáticas que enfrentan los territorios, entre otros. Todo esto en

el marco del proyecto NODO TIE Patagonia Los Lagos, ejecutado por el Departamento de Gobierno y Empresa de la Universidad de Los Lagos y cofinanciado por la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) de Chile.

Se consultó información secundaria para analizar y complementar resultados preliminares de la información primaria levantada. Esta información corresponde a libros y artículos académicos relacionados con el turismo, gestión de destinos, gobernanza y asociatividad, entre otros, los cuales son parte de las referencias bibliográficas de esta investigación. Se revisaron documentos de planificación regional y comunal, tales como la Estrategia Nacional de Turismo 2012 – 2020 (Sernatur), el Plan de Desarrollo Turístico 2011 – 2014 (Sernatur R. de Los Lagos), Planes de Desarrollo Turístico (PLADETUR) comunales y otros documentos vinculados a estudios y proyectos de financiamiento público. Se revisaron también revistas y diarios con publicaciones relacionadas con la temática de estudio.

**Tabla 1. Matriz metodológica de la información primaria levantada**

Tipo de información	Instrumentos	FUENTES POR PROVINCIA				FECHAS	
		Osorno	Llanquihue	Chiloé	Palena	Inicio	Término
<b>PRIMARIA</b>	<b>Entrevistas semiestructuradas</b>	Encargados municipales de turismo de Pto. Octay, Puyehue, Osorno, Río Negro. Encargado provincial de SERNATUR. Pdta. Asociación de Turismo Las Cascadas. Pdta. ASSET. Pdte. Cámara de Turismo de Osorno. Pdte. Asociación de Empresarios Turísticos de Entre Lagos. Pdta. Corporación de Desarrollo Turístico de Pto. Octay. Microempresarios y gente local que se dedica al turismo, etc.	Director Regional de SERNATUR. Encargados municipales de turismo de Pto. Montt, Pto. Varas. Pdte. Corporación de Desarrollo Turístico de Pto. Varas. Pdta. Puerto Varas Patagonia. Pdta. Agrupación Turística de Llanquihue. Pdte. Asociación de Guías de la Provincia de Llanquihue. Director de Asociación de Guías de la Región de Los Lagos. Microempresarios y gente local que se dedica al turismo, etc.	Encargado provincial de SERNATUR, encargados municipales de turismo de Ancud y Castro. Pdta. Ecoturismo Puñihuil. Pdta. y miembros de la Corporación Turismo Chiloé Sustentable. Pdta. Asociación de Turismo de Ancud (ATTA). Microempresarios y gente local que se dedica al turismo, etc.	Encargados municipales de turismo de Futaleufú y Palena. Tesorera Cámara de Turismo de Futaleufú. Microempresarios y gente local que se dedica al turismo, etc.	May.-12	Dic.-12
<b>PRIMARIA</b>	<b>Talleres participativos</b>	Tres talleres participativos sobre gestión de destinos y encadenamientos productivos, y uso de tecnologías	Dos talleres sobre gestión de destinos. Conversatorio sobre distintas fortalezas y debilidades de mo-	Tres talleres participativos sobre gestión de destinos y encadenamientos pro-	Dos talleres sobre gestión de destinos y encadenamientos productivos. Presentación de	Jul.-12	Nov.-13

		para la información y comunicación. Las metodologías aplicadas corresponden a: Charlas expositivas de profesionales, expertos y actores locales, mesas de trabajo para el desarrollo de productos asociativos para el turismo bajo el modelo CANVAS. Mesas de discusión para la construcción de árboles de problemas sobre la temática de asociatividad.	delos de asociatividad para el turismo. Charlas expositivas de profesionales, expertos y actores locales.	ductivos. Charlas expositivas de profesionales, expertos y actores locales, mesas de trabajo para el desarrollo de productos asociativos para el turismo bajo el modelo CANVAS. Mesas de discusión para la construcción de árboles de problemas sobre problemáticas como estacionalidad, sustentabilidad y comercialización del destino.	modelos de gestión y promoción de destinos. Mesas de conversación sobre problemáticas de la gestión de destinos.		
<b>PRIMARIA</b>	<b>Seminarios</b>	Seminario de Gestión de Destinos y Desarrollo de Productos Asociativos en base al modelo CANVAS. Charlas expositivas de expertos y profesionales sobre gestión de destinos, diseño de productos y promoción. Mesas de trabajo participativas. Actividad cogestionada con la Mesa de Turismo Quiero Osorno, para potenciar su empoderamiento y la autogestión local del turismo.	Seminario de Gestión de Destinos y Desarrollo de Productos Asociativos. Charlas expositivas sobre principales resultados del proyecto, distintos modelos de gestión de destinos y visión de la institucionalidad pública sobre el turismo. Mesas de trabajo participativas para el fortalecimiento de encadenamientos o asociatividad productiva a través de nuevas rutas o productos, finalmente desarrollados, a través del modelo CANVAS.	Seminario de Gestión de Destinos y Promoción para Temporada Baja. Se realizaron charlas expositivas de expertos y profesionales sobre principales resultados del proyecto, exposición sobre experiencia de planificación turística para una zona de amortiguación y socialización de las oportunidades para la promoción de destinos por Internet.	Seminarios de Gestión de Destinos y Promoción. Charlas expositivas sobre modelos de gestión turística y brechas de la asociatividad identificadas. Exposición de las oportunidades de promoción que tienen los destinos a través de Internet.	Abr.-13	Oct.-13
<b>PRIMARIA</b>	<b>Reuniones</b>	Reunión con alcalde de Puyehue. Reuniones con Mesa de Turismo de Puyehue, Mesa de Turismo Quiero Osorno y Mesa de Turismo de Pto. Octay. Comité de Turismo El Poncho. CPA Rupanco.	Mesas de trabajo con la Dirección Regional de SERNATUR. Reuniones con microempresarios turísticos. Con equipo de turismo municipal de Pto. Varas. Con miembros de la Agrupación Turística de Llanquihue.	Reuniones con la Corporación de Turismo Chiloé Sustentable. Reuniones con Ecoturismo Puñihuil. Reunión con WWF (Quellón).	Reuniones con microempresarios turísticos y encargados municipales de Futaleufú y Palena.	May.-12	Mar.-14

RESULTADOS

La historia de la asociatividad turística en la Región de Los Lagos – Patagonia chilena

La base de la gestión de destinos es la asociatividad de los actores intervinientes en la actividad turística (Oyarzún y Szmulewicz, 1999; Pacheco et al., 2013).

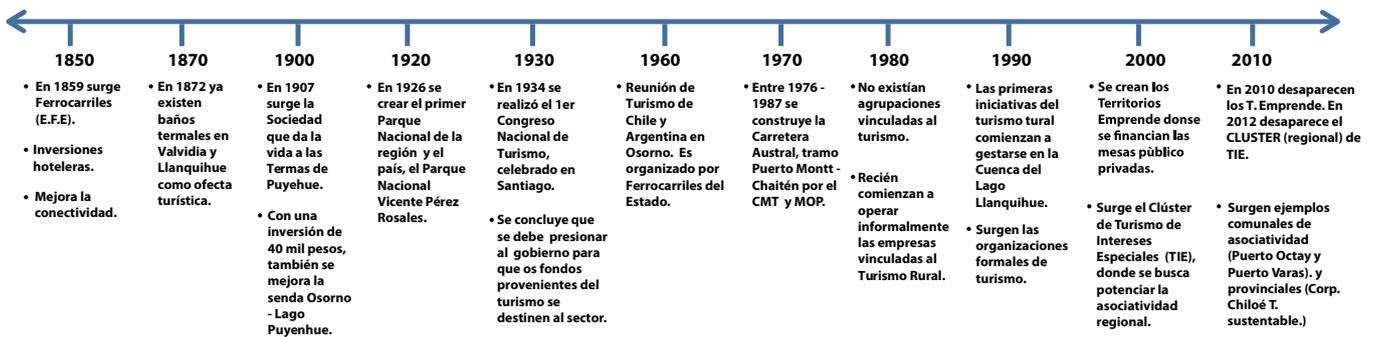
Es necesario construir la historia de la asociatividad, aunque sea de una manera exploratoria, dada la posibilidad de comprender los fenómenos territoriales como procesos en donde convergen distintas visiones de comunidades locales, instituciones estatales y privadas. Comprendemos el turismo como un fenómeno humano relativo a la experiencia de viajar, para el disfrute del ocio en el tiempo libre de los seres humanos que ejercen el derecho de vacaciones, en donde interactúan

residentes locales y visitantes (Henríquez et al., 2012; Sampaio, 2005).

Comprendemos la asociatividad como el grado de integración de las empresas, el Estado y la comunidad local, desde un enfoque territorial con dirección abajo hacia arriba (Mayntz, 1998; Henríquez et al., 2012). En el caso regional, la asociatividad apenas ha podido ser gestionada entre el Estado y el sector privado; todavía falta mucho por desarrollar para integrar a las comunidades locales en las iniciativas de gobernanza del turismo.

A continuación se muestra y describe una línea de tiempo sobre la asociatividad turística en la Región de Los Lagos, que nos relata cómo ha ido aconteciendo este proceso de madurez territorial.

Figura 1. Línea de tiempo: La historia de la asociatividad turística en la Región de Los Lagos.



fuentes: Canihue 2006 Constabel; et. al. 2008, Pacheco et. al. 2013. CONAF

Según Canihuante (2006), el turismo como fenómeno ya comienza a surgir desde la Colonia a nivel país con el termalismo, e indica que las crónicas ya hablaban sobre baños termales desde el siglo XVII. En la Región de Los Lagos también son las termas los primeros emprendimientos turísticos; el autor indica que ya en 1872 había baños termales en Valdivia y Llanquihue. Asimismo, indica que en 1907 surge la sociedad que desarrolla las Termas de Puyehue. Luego el surgimiento de la oferta turística se ve impulsado por la creación de la primera área natural protegida del país, el Parque Nacional Vicente Pérez Rosales, en 1926 (Corporación Nacional Forestal; CONAF), convirtiendo a la Región de Los Lagos en una de las propulsoras del turismo de naturaleza y ecoturismo en Chile. Ya en la década del 80 comienzan a desarrollarse los primeros emprendimientos y microempresas de turismo rural en la cuenca del lago Llanquihue y en la Isla de Chiloé, desarrollándose mucho más en la década de los 90, con una clara influencia chilota, germánica y agropecuaria (Constabel et al., 2008).

La conectividad para la asociatividad turística en la región es de suma importancia, dadas las características geográficas de aislamiento de este territorio, que contiene islas, fiordos, ríos, lagos, canales, bosques y volcanes. Y en ese sentido, la conectividad terrestre es la primera brecha que históricamente ha tratado de solucionarse. Todavía existen problemas de conectividad terrestre, y ahora se suman los problemas de conectividad de las comunicaciones (telefonía e Internet). En ese sentido, el rol del ferrocarril ha sido solo un propulsor del turismo del país y de la región. El ferrocarril surge en 1859, aportando a mejorar la conectividad, como también comienza a realizar inversiones en turismo, tanto en hotelería como también en la renombrada Revista en Viaje, fundada en 1933, en la que la Región de Los Lagos fue uno de los lugares destacados por su potencial. Las operaciones de ferrocarriles co-

menzaron a cesar en 1975. Luego, entre 1976 y 1987, se construye el primer tramo de la Carretera Austral, Puerto Montt - Chaitén, por el Cuerpo Militar del Trabajo (CMT) y el Ministerio de Obras Públicas (MOP); la construcción de esta ruta ha permitido facilitar el acceso a la Patagonia chilena como destino turístico desde la Región de Los Lagos (Henríquez et al., 2012; Pacheco et al., 2013; Canihuante, 2006).

La gestión asociativa propiamente tal, con énfasis en la participación y empoderamiento local, con una clara visión de descentralización, no es un tema nuevo para las regiones del país, y menos para la Región de Los Lagos. Ya en 1934 se celebró en Santiago el Primer Congreso Nacional de Turismo, en donde una de sus principales conclusiones fue que se debía presionar al gobierno para que los fondos provenientes del turismo se destinaran al sector (Canihuante, 2006). Sin duda, esto ha sido un tema de debate, dado que muchas gobernanzas a nivel mundial tienen un soporte financiero adecuado para trabajar en gestión de destinos, en base a la reinversión de los recursos obtenidos por el Estado en materia de impuestos a las empresas de turismo. En Chile, tanto la Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades, la actual Ley de Turismo y el sistema centralizado del Servicio de Impuestos Internos, son barreras para contar con una real reinversión en turismo.

Respecto al trabajo mancomunado del sector privado, cabe destacar que en la región surgen las primeras agrupaciones en la década de los 90. Nacen las Cámaras de Turismo y Corporaciones de Turismo. En la primera década del siglo XXI, desde 2002 para ser más precisos, comienzan los Territorios Emprende como estrategias de gobernanzas por parte del gobierno de turno para el desarrollo de un sector productivo. Para el turismo esto fue de suma trascendencia en todas las provincias, destacan Norpatagonia, Patagonia Verde, Chiloé Emprende y Llanquihue Emprende. En estas

instancias, las agrupaciones de turismo más las instituciones públicas pudieron reunirse y formar mesas de trabajo asociativo; estas instancias fueron un aliciente para comprender los procesos del trabajo mancomunado, sin embargo ante un fuerte protagonismo del sector público.

**Problemáticas de la asociatividad turística: Las barreras que impiden la asociatividad.**

**Desconfianza:** Entre los microempresarios turísticos de la región existe desconfianza, y en muchas ocasiones no se asocian a otras empresas por miedo a compartir información con otros, o simplemente porque no confían en que sus pares puedan tomar reales responsabilidades y responder a una gestión transparente y eficiente de las organizaciones. Por desconocimiento del funcionamiento de la actividad turística, los microempresarios no solo desconfían de sus pares, sino también de agentes externos de sus territorios tanto públicos como privados que lideran estrategias de intervención.

**Individualismo radical:** Muchos de los emprendedores y microempresarios presentan una personalidad egoísta, sobre todo cuando no existen mayores lazos afectivos o vinculaciones con sus pares en los destinos. No ha sido fácil para ellos internalizar la cooperación a nivel de destino, para proyectar una imagen cohesionada, en cuanto a calidad y niveles de satisfacción. Se sigue creyendo en la competencia entre empresas, pero paulatinamente perciben la necesidad de una visión de destino con perspectiva territorial. Sin embargo, existen actores locales que actualmente lideran procesos de asociatividad y que han internalizado la necesidad de trabajar colaborativamente en virtud de mejorar las experiencias de los visitantes y disminuir impactos negativos a la comunidad local.

**Desinterés por el trabajo colaborativo:** Los actores del turismo no asocian que al trabajar por beneficios colectivos pueden obtener beneficios individuales. No están informados sobre los beneficios de las redes

de cooperación, y también desconocen cómo llevar a cabo estas iniciativas, en cuanto a la formalización, puesta en marcha, organización y gestión de planes de trabajo eficaces. Existen muchos miembros de agrupaciones que no participan mayormente y no visibilizan posibles beneficios de las acciones colectivas. Esto se debe, por una parte, a que no cuentan con las herramientas necesarias para realizar gestiones cooperativas, que puedan traerles beneficios económicos, sociales y ambientales a los territorios. En este sentido, es fundamental que a través de programas gubernamentales se impulsen programas de cooperación.

**Descanso en las directivas:** En varias agrupaciones de turismo de la región sucede que la gestión se concentra en las directivas de estas organizaciones, especialmente en el cargo de presidente(a), secretario(a) y tesorero(a). En ocasiones son reelegidos por voluntad de ellos mismos, o también porque nadie quiere correr con esa responsabilidad y prefieren sumarle la carga de trabajo a otros. De esa forma, los miembros de las organizaciones no participan mayormente, y la toma de decisiones y gestión de acciones se concentra entre las directivas. Se hace necesario fortalecer las organizaciones asesorándolas para que desarrollen planes de trabajo, para que las personas puedan establecer objetivos comunes y metas, organizar acciones, adquirir compromisos y responsabilidades en torno a una temática en particular.

**Liderazgos negativos:** Las agrupaciones de turismo en períodos determinados, experimentan liderazgos negativos, protagonizados en la mayoría de los casos por personas autoritarias que poseen un cargo en las organizaciones y que toman decisiones arbitrariamente, sin escuchar demasiado ni hacer participar a los miembros. Incrementan la desunión de los grupos, por concentrarse en aspectos negativos y en el exceso de crítica. Así se pierde mucha energía de la organización en aspectos que imposibilitan una adecuada gestión de las acciones para el logro de metas colectivas. Sin embargo, la tendencia es que estos tipos de liderazgos desaparezcan y las organizaciones comiencen nuevos ciclos de vida.

**Afinidad entre personas:** Las relaciones interpersonales en las organizaciones son fundamentales para poder contar con un buen trabajo en equipo, en búsqueda de metas comunes. En muchos procesos, las relaciones entre las personas son las que determinan éxitos y fracasos. Por cierto, influye mucho el grado de afinidad que pueden tener los individuos; mientras mayor afinidad mayor probabilidad de que las acciones conjuntas resulten bien. En el caso de las microempresas de turismo y sus agrupaciones sucede lo mismo; las organizaciones colectivas funcionan mucho mejor cuando sus líderes son aceptados por la mayoría y mantienen fuertes vínculos de afecto con sus liderados. Así también, las buenas relaciones entre los miembros son fundamentales para establecer alianzas y disminuir la desconfianza.

**Política partidista v/s política local:** Una brecha importante es la división que muchas veces trae a la gestión del turismo la política partidista, que generalmente es de carácter centralista y conlleva a que miembros de agrupaciones, comunidades, líderes territoriales y actores públicos se dividan y no tengan voluntad de trabajar en conjunto con personas de otros partidos políticos. Para la gestión de destinos es fundamental tener altura de miras y trabajar en conjunto entre actores públicos, privados y comunidad local, sin importar las tendencias políticas. Es necesario pensar en las necesidades territoriales y acercarse más a la política local, que tiene relación con lo que realmente acontece en los territorios.

**Asistencialismo - clientelismo:** En muchas ocasiones los niveles de autogestión de las agrupaciones de turismo son bajos, dada la frecuente intervención estatal que constantemente está asistiendo a las personas en temas socioeconómicos. Muchos emprendedores y empresarios buscan que el Estado les resuelva los problemas, perdiendo las capacidades de autogestión. En el turismo sucede con los problemas de inversión en promoción, infraestructura y equipamiento, en que muchas veces se depende del municipio, de las institu-

ciones de fomento y otras de desarrollo social, que finalmente apoyan por ser parte de su labor. En ese contexto, los emprendedores o empresarios se convierten en usuarios o tipos de clientes para las organizaciones públicas y otras privadas que se encuentran realizando estrategias de intervención territorial. Por una parte, estas organizaciones buscan contar con usuarios (emprendedores y empresarios) que justifiquen sus funciones y labores, y, por otra parte, las personas buscan que externos les solucionen sus propios problemas.

### **Empoderamiento local y participación**

El empoderamiento de los actores es otro factor fundamental para lograr mejoras en la gestión de destinos. Se necesitan actores empoderados, no solamente recursos humanos, sino humanos con recursos que permitan autogestionar acciones en virtud del desarrollo turístico. Para ello es fundamental fortalecer a los actores locales (públicos, privados y comunidad local), a través del trabajo de las agrupaciones y gremios del turismo, que se configuran generalmente a escala comunal. Son ellos quienes en conjunto deben liderar la gobernanza de destinos.

Se identifican tres aspectos fundamentales para potenciar el empoderamiento local y participación: 1- liderazgos locales, 2- instancias reales de diálogo y 3- acceso igualitario a la información sobre las problemáticas que afectan a los territorios, miembros de las organizaciones, actores locales y comunidad local.

Respecto a los liderazgos locales, es necesario fomentar la gobernanza del turismo a cualquier nivel, ya sea comunitario, local y/o regional; es fundamental contar con liderazgos clave que impulsen la ejecución de acciones en dirección a lograr beneficios colectivos e individuales. Las intervenciones de cualquier tipo a desarrollarse en turismo deben ser retroalimentadas directamente por los actores locales, al menos representados por sus liderazgos y agrupaciones que los reúnen.

Respecto a las instancias reales de diálogo, es necesario contar con espacios para dialogar entre la comunidad local, el sector público y privado interviniente. Las mesas de trabajo territorial, donde se incluye la mayor variedad de actores involucrados en el turismo, son instancias participativas que facilitan alinear metas colectivas en virtud de un desarrollo territorial.

El acceso igualitario a la información, sobre todo en conflictos socioambientales, es un factor clave en los desacuerdos que pueden afrontar actores locales involucrados con el turismo. Esto sucede, por ejemplo, en el Archipiélago de Chiloé, donde en la comunidad local, y también dentro de la Corporación Chiloé Turismo Sustentable, se identifican visiones contrarias, que apoyan o rechazan, por ejemplo, la instalación del puente en el canal de Chacao, el mall en Castro o el Parque Eólico de Mar Brava. Muchas veces las personas se informan de distintas fuentes y llevan en sus discursos imprecisiones periodísticas o visiones ideológicas. Para ello es fundamental contar con instancias de diálogo para que se transparenten las visiones y fuentes de información de cada uno de sus miembros.

### **Tipos de asociatividad identificadas**

Se identifican dos tipos de asociatividad en el turismo regional, una que es de tipo organizacional y otra de tipo productivo. La de tipo organizacional se presenta cuando los actores se agrupan en organizaciones de acuerdo a objetivos comunes de orden social y económico colaborativo, para invertir en conjunto en promoción, aumentar sus posibilidades para obtener subvenciones del Estado, contar con un espacio de encuentro territorial y realizar actividades sociales en beneficio de los miembros. La asociatividad de tipo productivo corresponde a la generación de encadenamientos productivos entre las iniciativas de turismo, ya sean iniciativas locales, de residentes, emprendimientos, microempresas o empresas de mayor tamaño. Estos encadenamientos se configuran dada la particularidad del turismo de reunir en una experiencia de viaje distintos servicios de alojamiento, alimentación y actividades en el destino que se visita. Corresponden a productos asociativos o rutas, que generan niveles de

cooperación o asociatividad entre distintas ofertas que en su conjunto reúnen una experiencia o producto, las cuales buscan operar, promocionarse y comercializarse en conjunto.

### **CONCLUSIONES**

En la Región de Los Lagos, Patagonia Chilena, han sido más bien intentos los que ha tratado de fomentar el Estado, para empujar desde el sector público posibles sistemas para el desarrollo turístico y su gobernanza. Así surgieron los Territorios Emprende, sistemas de fomento productivo del gobierno que fomentaban la articulación público-privada en el turismo y otros sectores productivos. Así surgieron los Clúster de Turismo de Intereses Especiales de la Región de Los Lagos, de Los Ríos, y otras regiones del país. Estas experiencias han sido lo más cercano a un intento de gobernanza regional, pero con gran liderazgo público; de hecho, cuando dejó de existir inversión pública estas iniciativas sucumbieron, simplemente por los bajos niveles de autogestión, participación y compromiso por parte de los actores locales.

La competitividad en el turismo es un concepto ambiguo que si no se comprende en su contexto induce a una dicotomía en la intervención territorial de la actividad productiva, en la teoría clásica del turismo los destinos turísticos deben contener una visión asociativa sostenida que les permita alcanzar mercados en conjunto, no compitiendo entre las organizaciones y empresas que conforman los destinos.

Los modelos internacionales demuestran que su continuidad en el tiempo se debe al soporte económico e institucional. En ese sentido, el empeño nacional por impulsar el turismo a través de proyectos financiados por las instituciones de fomento productivo y Gobierno Regional, no tienen la certeza ni solidez institucional para solucionar problemas del sector que deben tratarse a mediano y largo plazo. Por cierto, estos proyectos en promedio duran 2 años, por lo que se requieren políticas regionales de turismo que sean eficaces para dar solución a largo plazo sobre los sistemas de gobernanza del turismo.

La gobernanza del turismo en la R. de Los Lagos cuenta con un receptor de corrientes autónomas y endógenas provenientes de las agrupaciones de microempresarios y emprendedores, sin embargo, también responde a marcos legales y políticos de las instituciones gubernamentales.

Se observa que los procesos de asociatividad en la Región de Los Lagos dependen de las dinámicas endógenas de los territorios, no existiendo recetas para impulsar la gestión de destinos. Actualmente se identifica un liderazgo por parte de las agrupaciones de turismo más los municipios en el actual proceso de gestión de destinos y gobernanza que experimenta la región.

Se postula que para una real gobernanza regional es necesario fortalecer las bases, es decir, la asociatividad dentro de las comunas. Las comunas son gobiernos locales, de mayor proximidad con las comunidades locales, son la escala político-administrativa más pequeña del país, en la que se pueden realizar intervenciones entre los gobiernos locales, agrupaciones de turismo y comunidad local. Luego de tener comunas con una asociatividad fortalecida es pertinente pensar en gobernanzas provinciales y regionales, de escalas geográficas mayores.

Además de las problemáticas, se plantean desafíos regionales que deben ser afrontados positivamente, estos son: "confianza, cooperación, autogestión, proactividad de los miembros de organizaciones, capacitaciones para necesidades reales, liderazgos positivos, buenas relaciones dentro y entre las organizaciones".

## BIBLIOGRAFÍA

- Barbini, B., Biasone, A., Cacciutto, M., Castellucci, D., Corbo, Y., y Roldán, N. (2011).** Gobernanza y turismo: Análisis del estado de arte. Simposio Internacional de Gobernanza y Cambios Territoriales: Experiencias comparadas de migración de Amenidad en las Américas. Pucón, Chile.
- Bardhan, P. (2005).** Democracia local y gobernanza. *Instituciones y Desarrollo* 16 (v. 1), ISSN 1560-5264.
- Bosier, S. (1997).** El vuelo de una cometa. Una metáfora para el desarrollo territorial. *Revista Eure*, julio (Vol. XXIII, No 69). p. 7-29. Santiago, Chile.
- Canihuante, G. (2006).** Turismo en Chile. La Serena, Fondo Editorial de la Municipalidad de La Serena.
- Constabel, S., Oyarzún, E. y Szmulewicz, P. et al. (2008).** Agroturismo en Chile. Caracterización y Perspectivas. Fundación para la Innovación Agraria. Universidad Austral de Chile. Santiago, Chile.
- Henríquez, C., Pacheco, G. y Sampaio, C. (2012).** Arranjos socioprodutivos para o turismo de interesses especiais no território Patagonia Verde (Chile): Uma alternativa para um desenvolvimento territorial sustentável. *Turismo: Visão e Ação (Online)*. v.14, p. 292-303.

- Instituto Nacional de Estadísticas (INE) (2014).** «Población país y regiones - Actualización 2002-2012 y Proyección 2013-2020» (XLS). Consultado el 29 de septiembre de 2015.
- Maturana, H. (2009).** Evolución y competencia. Una mirada a la educación actual desde la perspectiva de la biología del conocimiento. En: autopoiesis.cl. 14 de septiembre 2009.
- Mayntz, R. (1998). Nuevos desafíos de governance. Traducción: "New Challenges to governance theory". Jean Monet Chair Paper RSC N°. 98/50.
- Ostrom, E. (2000).** El gobierno de los bienes comunes. La evolución de las instituciones de acción colectiva. México, UNAM-CRIM-FCE, 395p.
- Oyarzún, E. y Szmulewicz, P. (1999).** Fortalecimientos de la gestión en destinos turísticos: Fundamentos. Gest. Tur. (Valdivia), N°. 4, p. 93-102. ISSN 0718-6428.
- Pacheco, G. Castaing, J. C. y Vera, J. (2013).** La gestión de destinos en la Región de Los Lagos. VII Congreso de la Sociedad de Investigadores de Turismo de Chile. Iquique, Chile.
- Pacheco, G., Henríquez C., Sampaio, C. y Oyarzún, E. (2011).** Encadenamientos Socioproductivos y Ecosocioeconomía de las Organizaciones: Análisis propositivo para el Turismo de Intereses Especiales (TIE) en el territorio lacustre de la Región de La Araucanía. Gest. Tur. (Valdivia), dic. 2011, N°. 16, p. 49-68. ISSN 0718-6428.
- Sampaio, C. A. (2005).** Turismo como fenômeno humano: princípios para se pensar a socioeconomia sob a denominação turismo comunitário. Santa Cruz do Sul (RS): EDUNISC, v. 1. 146 p.
- Sampaio, C. A. (2010).** Gestão que privilegia uma outra economia: ecossocioeconomia das organizações: Blumenau: EDIFURB, v. 1. 145 p.
- Sampaio, C. A., Montovanili Jr., O., Pellin, V. y Oyarzún, E. (2007).** Acuerdo productivo local de base comunitaria y ecodesarrollo. Análisis de tres experiencias brasileñas. Estudios y perspectivas en turismo, sin mes, p. 16-233.
- Skewes, J. C., Henríquez, C. y Pilquimán, M. (2012).** Turismo comunitario o de base comunitaria: Una experiencia alternativa de hospitalidad vivida en el mundo mapuche. Tralcao sur de Chile. Revista de Cultura y Turismo, año 6 N°. 2: 73-85.
- Travel Alberta (2011).** About Us. En: industry.travelalberta.com. Revisado en marzo de 2013.

# Determinación de la potencialidad turística de la avifauna de la comunidad 23 de Noviembre, Naranjal, Ecuador

## Determination of the tourism potential of the birds in the community 23 de Noviembre, Naranjal, Ecuador

Javier Ricardo López Ruiz<sup>1</sup>

La observación de aves, o aviturismo, es una actividad que se encuentra en pleno desarrollo en Ecuador como un producto de interés específico o sub línea de producto del ecoturismo. La avifauna representa el conjunto de especies de aves que habitan una determinada región. En la actualidad la oferta de aviturismo está compuesta por una actividad turística de bajo impacto económico y de alto impacto ambiental debido al bajo nivel de organización y preparación técnica, escasa investigación de recursos naturales disponibles, además de reducidas acciones de promoción de los mercados turísticos. El objetivo de este estudio es conocer la potencialidad turística de la avifauna que se puede observar en la comunidad 23 de Noviembre, Naranjal, provincia del Guayas, Ecuador. El tipo de investigación es no experimental, con trabajo de recopilación de información bibliográfico y de campo, de enfoque mixto (cualitativo – cuantitativo), aplicando técnicas como la observación directa e indirecta de aves en diez sesiones de observación (entre el 6 de junio y 12 de diciembre de 2015). Los resultados indican que es un destino que “motiva la observación en el sitio”; identificándose 148 especies de aves, de entre ellas, aves consideradas raras, residentes permanentes de gran atractivo, migratorias, de interés particular para los observadores por la gran variedad de familias (42) representando el 61,8% del total de familias de aves para Ecuador. Los principales hallazgos muestran que la disponibilidad de aves tiene una representación significativa en relación a la diversidad avifaunística del Guayas, que el área de estudio refiere actividad antropogénica agrícola, y que la variedad de esos cultivos permiten el hábitat de una gran variedad de especies. Además, la variedad de especies observadas en la zona de cultivos de cacao son atractivas para la observación de aves relacionada al turismo de naturaleza, representando un atractivo que motiva altamente la realización del aviturismo en el destino.

**Palabras clave:** Aviturismo, mercados turísticos, especies de aves, diversidad avifaunística, turismo de naturaleza.

Birdwatching is an activity that is in full development in Ecuador as a product of a specific interest or a sub product line of ecotourism. Birdlife represents all the bird species that inhabit a certain region. Currently, birdwatching is a tourist activity of low economic impact and high environmental impact due to the low level of organization and technical preparation, little research into the natural resources available, and reduced promotional measures on the tourist markets. The aim of this study is to ascertain the tourism potential of birdwatching in the community 23 de Noviembre, Naranjal, province of Guayas, Ecuador. The study is non-experimental, collecting bibliographical and field data with a mixed approach (qualitative - quantitative), applying techniques such as direct and indirect observation of birds in ten sessions (between June 6 and December 12, 2015). The results indicate that it is a destination that “encourages on-site observation”. 148 bird species were identified, including those considered rare, highly attractive permanent residents, migratory birds, those of particular interest to watchers due to the wide variety of families (42), representing 61.8% of the total bird families in Ecuador. The main findings show that the availability of birds has a significant representation in relation to the bird diversity in Guayas, that the study area refers to agricultural anthropogenic activity, and that the variety of those crops enables the habitat of a great variety of species. In addition, the variety of species observed in the area of cocoa crops is attractive for ecotourism-related birdwatching, representing an appeal that highly motivates birdwatching in the destination.

**Key words:** Birdwatching, tourist markets, bird species, bird diversity, ecotourism

(Presentado: Noviembre 9, 2015. Aceptado: Diciembre 23, 2015)

<sup>1</sup>Docente Carrera de Turismo y Hotelería, Facultad de Comunicación Social Universidad de Guayaquil, Ciudadela. Universitaria “Salvador Allende”, Malecón del Salado entre Av. Delta y Av. Kennedy, . Guayaquil-Ecuador. javier.lopezr@ug.edu.ec

**INTRODUCCIÓN**

La actividad del aviturismo en Ecuador se encuentra en pleno desarrollo, como un producto de interés específico o sub línea de producto del ecoturismo; de tal manera que en el año 2015 se lo propició como el año para la actividad según el Ministerio de Turismo del Ecuador. El aviturismo en el país se centra en el noroccidente de la provincia de Pichincha y la región norte de la Amazonía; poco se ha considerado a la provincia del Guayas como un destino para realizar la actividad, la falta de información documentada, sumada a la mínima estructura, facilidades y servicios especializados que se requieren son factores que sostienen la situación conflictiva.

La provincia del Guayas cuenta con seis rutas turísticas auspiciadas por el Gobierno Autónomo Descentralizado, entre éstas, la Ruta del Cacao, que involucra los territorios del Cantón Naranjal, la cual destaca en el mercado interno por el grado de posicionamiento del producto, servicios y atractivos que la conforman. El contar con catálogos o “check list” de la variedad de especies que se pueden observar en una localidad, siempre será una herramienta útil de manejo para el aviturismo. La identificación de las aves en la zona de producción agraria de la comunidad 23 de Noviembre, provee de un instrumento indispensable para las estrategias de desarrollo y planificación turística del destino; así también la consideración y preparación de los posibles visitantes observadores de aves, diversificando las posibilidades de generación de ingresos económicos tanto a productores como a los comuneros ligados directa e indirectamente a la actividad aviturística.

La comunidad 23 de Noviembre se ubica en el recinto El Aromo, parroquia Naranjal del Cantón del mismo nombre, se encuentra organizada de tal manera que cuenta con la Junta de Comuneros dirigida por el líder comunal, Junta Administradora de Agua y la Asociación de Agroturismo AGROTUSCAS, esta última encargada

de la planificación y gestión de la actividad turística del sitio, la que consiste en las visitas de su atractivo focal “Las Siete Cascadas”, donde se mezcla el turismo de naturaleza con la aventura, atractivo natural que genera un flujo de visitantes bajo, dirigido al mercado local y con esporádicas visitas de turistas extranjeros, el sitio cuenta con una aceptable red de senderos que conducen al atractivo principal, área de parqueo, señalización, caseta de ingreso, oficina de información, guías nativos, seguridad, servicios higiénicos con duchas, áreas comunes y de descanso; ofrece servicios de alimentos y bebidas de categoría funcional o un tenedor.

La declaratoria del Cerro de Hayas como Área Provincial Natural de Recreación, incorporándolo al Sistema Provincial de Áreas de Conservación (SPAC), espacios que tienen como objetivo salvaguardar ecosistemas representativos, que incorporan a su manejo y conservación a comunidades o entidades, propicia el desarrollo de actividades eco turísticas rurales y comunitarias, que incorporadas a los planes de desarrollo territorial parroquial, cantonal o provincial generarán un cambio en la matriz de producción, permitiendo a la comunidad local como beneficiario directo el desarrollo y crecimiento económico, alcance del Buen Vivir y Objetivos del Milenio propuestos por las Organización de las Naciones Unidas.

**REVISIÓN DE LITERATURA**

**Aviturismo**

“La diversidad de aves en Ecuador es formidable, y puede ser bastante desconcertante y abrumadora. Lo más difícil es empezar a reconocer a algunos de las familias y grupos básicos” (Ridgely y Greenfield 2001: 16).

El Aviturismo se trata sencillamente de una actividad especializada en observar aves, lo cual involucra llevar a visitantes aficionados a la observación de las aves (o birdwatchers en inglés) a sitios propicios para en-

contrar diferentes especies. Estas personas están dispuestas a pagar por el servicio de un guía conocedor de las aves del medio, al igual que hoteles y transporte para poder observar un número dado de especies dentro de un lapso específico, un tour o una aventura. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2006:4).

#### Diversidad de la avifauna

La diversidad de aves en el planeta se evidencia con las 10.213 especies registradas históricamente en eBird (2015). El Ecuador cuenta con 1.611 especies de aves, registros de observaciones directas en la provincia del Guayas evidencian 418 especies (eBird, 2015); Espinoza De Janon (2014) según su recopilación documental y de campo denuncia la existencia de 568 especies; Macmullan & Navarrete (2012) considerando rangos de distribución de 440 especies. En la zona de Naranjal el guía naturalista Zamora R. (2013) indica un registro de 275 especies; el ornitólogo Carrión O. reporta para la zona del Cerro de Hayas 250 especies (registro personal).

En función de la desconcentración y descentralización de competencias turísticas (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, 2013) y lo estipulado por el Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador (2007); La Prefectura del Guayas presenta un nuevo producto turístico para la provincia, Avicircuitos del Guayas, en este el avicircuito Sur a Norte destaca la ruta "Entre Manglares y Cascadas" perteneciente a la Ruta del Cacao en el cantón Naranjal.

El cantón Naranjal cuenta con riqueza natural y cultural producto de su ubicación geográfica, contando con ecosistemas y pisos vegetales, que son el nicho y hábitat de especies vegetales y animales, brindando una biodiversidad de gran interés al visitante, así como permitiendo el asentamiento de conglomerados humanos, que valiéndose de estos recursos, han sabido producir y desarrollar su sustento en base a lo que ofrece la tierra que habitan, resultando en otro componente de especial interés cuando hablamos de turismo.

En la provincia del Guayas, el 10% de los visitantes in-

ternacionales demandan productos relacionados al ecoturismo, turismo rural o de naturaleza (Consejo Provincial del Guayas 2008:42), encontramos 8 áreas de Importancia para las Aves (AICA) que cubren una superficie de 263.509 hectáreas. En total cubren el 17% de la provincia y un 59% de la cobertura natural del Guayas (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Guayas 2013:73). Naranjal es uno de los sitios estratégicos para el desarrollo turístico para la provincia, denominado así en la Mesa Turística del Guayas, (Prefectura del Guayas, 2008), otro aporte es la desconcentración y descentralización de competencias turísticas que ha asumido el Muy Ilustre Municipio del Cantón Naranjal.

En el cantón Naranjal solo se considera a Manglares Churute como destino que ofrece Aviturismo calificando como de importancia mínima para la actividad ya que es visitado al paso por avituristas; pocos entran por falta de un efectivo manejo, control y facilidades turísticas, pero con un potencial para incrementar el Aviturismo muy alto: se necesita urgentemente mejoras en la infraestructura de esta reserva: construir buenos senderos, torre de observación, estrategias varias (Mintur, 2006:56).

#### Aviturismo como producto turístico

Práctica común en nuestro país es la comercialización de atractivos turísticos motivados únicamente por el esplendor del recurso natural o la manifestación cultural, pero sin desarrollar al mismo a la categoría de Producto Turístico, "Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista... Es, en realidad un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso". (Acerenza 1993:26).

El desaprovechamiento de los recursos turísticos natu-

rales y culturales de la zona, han provocado que la diversificación de la parrilla de productos sea restringida a actividades puntualizadas, desarrollándolas de forma aislada de productos y circuitos regionales, provocando un esfuerzo adicional de promoción y gestión. El desconocimiento de la efectiva potencialidad turística de los recursos de la comunidad, evitan que se oferte un producto turístico de calidad y conforme a la demanda del mercado.

“...En cuanto a los servicios, efectivamente integran el producto turístico, pero no son los únicos ni los más importantes componentes, porque en realidad los servicios son un medio más que un fin: el fin es la práctica de actividades turísticas.” (Bouillon 2006: 38).

**Comunidad receptora**

El 58.72% de la población de Naranjal se asienta en el área rural, lo que evidencia la importancia que tiene este segmento en la condición demográfica, pero demuestra una disparidad en el área rural encontramos 22.182 hombres y con 18.343 mujeres (Municipio de Naranjal, 2014) debido a la migración a cabeceras cantonales por fuentes de trabajo. La comunidad 23 de Noviembre no es la excepción, evidenciado por la reducción del número de pobladores y tenedores propietarios de tierras residentes fuera del cantón; empleando un modelo de desarrollo exógeno, que lo que permite el desaprovechamiento de potencialidades humanas y recursos desde la misma comunidad.

La comunidad 23 de Noviembre se ubica a 8 km. del cantón Naranjal, en la vía a Machala en el sector conocido como El Aromo, una antigua hacienda que pasó a manos de sus trabajadores y moradores del sitio. Su transformación y organización socio política se viene dando desde la década del setenta, cooperándose en una asociación agroturística en estos días; cuentan con aproximadamente 80 habitantes, el poblado se dedica casi enteramente a las labores agrícolas de sus

parcelas o jornales de campo, un reducido número está organizado y tienen responsabilidades en la actividad turística que se desarrolla en el sitio, que se centra en el disfrute de las cascadas del lugar como atractivo natural de recreación, el atractivo no es ajeno al denominador común del Ecuador.

La comunidad tiene alrededor de 29 fincas de diversas dimensiones, representando alrededor de 297,29 hectáreas; un porcentaje no cuantificado se dedican a la siembra y producción de cacao (*Theobroma cacao*), aunque las mismas no llegan a las 5 hectáreas de siembra, estimando menos de 5.000 plantas de cacao de la variedad CCN-51 en un 90% y cacao criollo (fino de aroma ecuatoriano) el restante; muchas de ellas con poca tecnificación y sin estadísticas claras de producción y renta, estos cultivos se asocian con otros elementos vegetales, formando asociaciones que permiten la presencia de gran variedad de aves, ya sea por fuente de alimento, percha, nidificación o reproducción, el estudio e inventario de las aves que se encuentran en este segmento, permitirá, proponer actividades secundarias a la producción agrícola, como el Aviturismo y Turismo Rural.

La escasa o nula presentación de productos turísticos, organización, preparación técnica, la falta de investigación de los recursos naturales, del mercado turístico y escasa promoción, ocasionan que se oferte una actividad turística de bajo impacto económico y de alto impacto ambiental.

**MÉTODOS Y MATERIALES**

Se levantó la línea base y contexto teórico de la investigación partiendo de la técnica bibliográfica, recopilación de estadísticas, especies de aves posibles en el Cantón y la zona de estudio, mapas técnicos, documentos legales sobre la planificación y organización territorial del cantón y la comunidad; en el trabajo investigativo de campo, se demarcaron dos transeptos:

- Transepto noroeste, partiendo del centro del poblado, de extensión máxima de 1.200 m. grado de dificultad mínimo, estado del camino bueno, se transita en linderos externos de cultivos de cacao de diversas edades correspondientes a diez propietarios de la zona, se ingresa a dos de ellos tomando los caminos destinados a los jornales de trabajo.
- Transepto sureste, partiendo del centro poblado, bordeando el camino que lleva a las Siete Cascadas, extensión máxima 900 m., grado de dificultad mínimo, estado del camino regular, se ingresa a uno de las cuatro cultivos, empleando caminos internos predestinados.

La investigación es netamente descriptiva, ya que se caracteriza el objeto de estudio que son las aves identificadas y se lo relaciona con la potencial observación de aves y aviturismo en la comunidad, evidenciando un diseño no experimental, ya que no se incide ni modifica las probabilidades naturales de observación prevaleciendo el método empírico, con sus técnicas e instrumentos.

Se procede al levantamiento ornitológico mediante registros visuales, auditivos y rastros mediante observación directa e indirecta de aves en los transeptos, los horarios para la sesiones de observación van de 07:00 a 15:00 horas, se efectuaron 10 sesiones de observación entre el 26 de junio y 12 de diciembre del 2015, con la finalidad de hacer coincidir los periodos de migración boreal y del norte del continente, así también mayor oportunidad de reincidencia de aves locales. Se documenta en la ficha de campo de observación hora de inicio de la sesión, finalización, número de ob-

servadores, distancia recorrida, características generales meteorológicas, nombre y número de especies identificadas en el campo, se procedió a realizar registro fotográfico, audio/video para casos de difícil identificación in situ, para su posterior análisis y correcta identificación, se recurrió en casos muy puntuales con las evidencias de registros a criterios expertos para confirmación de la identificación. Se registró todos los datos en la cuenta eBird, para su posterior descarga de frecuencia y registros históricos del sitio.

Se procede a una discusión grupal, donde se seleccionó a seis guías naturalistas, especialistas en identificación de aves y práctica ornitológica, a ellos se les consulta mediante guión de entrevista su opinión sobre su apreciación de la lista de aves que se pueden observar en la comunidad 23 de Noviembre (sector cultivos), aves atractivas, tiempo de observación y número de especies observadas por sesión. Se realiza encuesta a 10 observadores nacionales e internacionales (residente) frecuentes de aves (más de doce sesiones de observación para el último año), sobre lo atractivo y motivador de visita que genera la lista de aves identificadas

Los equipos y materiales empleados en las sesiones de campo de observación fueron: libreta de apuntes, esferográficos, binoculares Nikkon PROSTAFF 12x50, cámara Nikon D5100, teleobjetivos Sigma DG 150-500 mm y Nikon AF NIKKOR 70-300mm, trípode, grabador TASCAM DR-07, altímetro digital, tarjetas de memoria Optima SD 2G y Sony SD 8G, guías de campo. Bases de datos: [www.xeno-canto.org](http://www.xeno-canto.org). Para identificación por cantos, [www.ebird.org](http://www.ebird.org). Para los registros en línea, [www.museum.lsu.edu/~Remsen/SACCBaseline.htm](http://www.museum.lsu.edu/~Remsen/SACCBaseline.htm) para aplicación de la taxonomía correspondiente, Microsoft Excel para la tabulación de datos.

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE INFORMACIÓN / RESULTADOS**

Tabla 1. Especies identificadas en los cultivos de cacao de la comunidad 23 de Noviembre, Naranjal-Ecuador.

<b>Orden</b>	<b>Familia</b>	<b>Género</b>	<b>Nombre científico</b>	<b>Nombre español</b>	<b>Nombre inglés</b>
Tinamiformes	Tinamidae	Crypturellus	Crypturellus soui	Tinamú Chico	Little Tinamou
Suliformes	Fregatidae	Fregata	Fregata magnificens	Fragata Magnífica	Magnificent Frigatebird
Pelecaniformes	Ardeidae	Butorides	Butorides striatus	Garza Estriada	Striated Heron
Pelecaniformes	Ardeidae	Egretta	Egretta Thula	Garza Nivea	Snowy Egret
Pelecaniformes	Ardeidae	Egretta	Egretta caerulea	Garceta Azul	Little Blue Heron
Pelecaniformes	Ardeidae	Nycticorax	Nycticorax nycticorax	Garza Nocturna Coroninegra	Black crowned night Heron
Cathartiformes	Cathartidae	Cathartes	Cathartes aura	Gallinazo Cabecirrojo	Turkey Vulture
Cathartiformes	Cathartidae	Coragyps	Coragyps atratus	Gallinazo Negro	Black Vulture
Columbiformes	Columbidae	Leptotila	Leptotila palida	Paloma Pálida	Pallid Dove
Columbiformes	Columbidae	Leptotila	Leptotila verreauxi	Paloma Apical	White-tipped Dove
Columbiformes	Columbidae	Columbina	Columbina buckleyi	Tortolita Ecuatoriana	Ecuadorian Ground-Dove
Columbiformes	Columbidae	Patagioenas	Columba cayennensis	Paloma Ventripálida	Pale-vented Pigeon
Galliformes	Cracidae	Ortalis	Ortalis erythroptera	Chachalaca Cabecirrufa	Rufous-headed Chachalaca
Accipitriformes	Accipitridae	Buteo	Buteo nitidus	Gavilán Gris	Gray-lined Hawk
Accipitriformes	Accipitridae	Chondrohierax	Chondrohierax uncinatus	Elanio Piquiganchudo	Hook-billed Kite
Accipitriformes	Accipitridae	Elanoides	Elanoides forficatus	Elanio Tijereta	Swallow-tailed Kite
Accipitriformes	Accipitridae	Rupornis	Rupornis magnirostris	Gavilán Caminero	Roadside Hawk
Accipitriformes	Accipitridae	Pseudastur	Pseudastur occidentalis	Gavilán Dorsigris	Gray-backed Hawk
Accipitriformes	Accipitridae	Buteo	Buteo brachyurus	Gavilán	Colicorto Short-tailed Hawk
Falconiformes	Falconidae	Herpotheres	Herpotheres cachinnans	Halcón reidor	Laughing Falcon
Psittaciformes	Psittacidae	Brotogeris	Brotogeris pyrrhopterus	Perico Cachetigris	Gray-cheeked Parakeet
Psittaciformes	Psittacidae	Psittacara	Aratinga erythrogenys	Loro Caretirojo	Red-masked Parakeet
Psittaciformes	Psittacidae	Pionus	Pionus chalcopterus	Loro Alibronceado	Bronze-winged Parrot
Cuculiformes	Cuculidae	Playa	Playa cayana	Cuco Ardilla	Squirrel Cuckoo
Cuculiformes	Cuculidae	Crotophaga	Crotophaga ani	Garrapatero Piquiliso	Smooth-billed Ani
Cuculiformes	Cuculidae	Crotophaga	Crotophaga sulcirostris	Garrapatero Piquiestriado	Groove-billed Ani
Strigiformes	Strigidae	Glaucidium	Glaucidium peruanum	Mochuelo del Pacífico	Peruvian Pygmy-Owl
Strigiformes	Strigidae	Pseudoscops	Asio clamator	Búho Listado	Striped Owl
Strigiformes	Tytonidae	Tyto	Tyto alba	Lechuza Campanaria	Barn Owl
Caprimulgiformes	Nyctibiidae	Nyctibius	Nyctibius griseus	Nictibio Común	Common Potoo
Caprimulgiformes	Caprimulgidae	Nyctidromus	Nyctidromus albicollis	Pauraque	Pauraque
Apodiformes	Apodidae	Streptoprocne	Streptoprocne zonaris		White-collared Swift
Apodiformes	Apodidae	Chaetura	Chaetura cinereiventris	Vencejo Lomigris	Gray-rumped Swift
Apodiformes	Apodidae	Chaetura	Chaetura brachyura	Vencejo Colicorto	Short-tailed Swift
Apodiformes	Trochilidae	Amazilia	Amazilia amazilia	Amazilia Ventrirrufa	Amazilia Hummingbird
Apodiformes	Trochilidae	Amazilia	Amazilia tzacatl	Amazilia ventrirrufo	Rufous-tailed Hummingbird
Apodiformes	Trochilidae	Damophila	Damophila julie		Violet-bellied Hummingbird

Apodiformes	Trochilidae	Florisuga	Florisuga mellivora	Jacobino Nuquiblanco	White-necked Jacobin
Apodiformes	Trochilidae	Phaethornis	Phaethornis longirostris	Baron de Hermit's	Long-billed Hermit
Apodiformes	Trochilidae	Phaethornis	Phaethornis striigularis	Ermitaño Golirrayado	Stripe-throated Hermit
Apodiformes	Trochilidae	Heliodyx	Heliodyx baroti	Hada Coroniurpura	Purple-crowned Fairy
Apodiformes	Trochilidae	Anthracothorax	Anthracothorax prevostii	Mango pechiverde	Green-breasted Mango
Apodiformes	Trochilidae	Heliodoxa	Heliodoxa jacula	Ninfa Coroniverde	Green-crowned Brilliant
Apodiformes	Trochilidae	Heliomaster	Heliomaster longirostris	Heliomaster Piquilargo	Long-billed Starthroat
Trogoniformes	Trogonidae	Trogon	Trogon mesurus	Trogón Ecuatoriano	Ecuadorian Trogon
Trogoniformes	Trogonidae	Trogon	Trogon caligatus	Trogón Norteño Violaceo	Northern Violaceous- Trogon
Trogoniformes	Trogonidae	Trogon	Trogon chionurus	Trogón Coliblanco Trasandino	White-tailed Trogon
Coraciiformes	Momotidae	Momotus	Momotus subrufescens	Momoto Coroniazul	Whooping Motmot
Coraciiformes	Alcedinidae	Chloroceryle	Chloroceryle americana	Martín pescador Verde	Green Kingfisher
Piciformes	Picidae	Campephilus	Campephilus gayaquilensis	Carpintero de Guayaquil	Guayaquil Woodpecker
Piciformes	Picidae	Dryocopus	Dryocopus lineatus	Carpintero Lineado	Lineated Woodpecker
Piciformes	Picidae	Melanerpes	Melanerpes pucherani	Carpintero Cachetinegro	Black-cheeked Woodpecker
Piciformes	Picidae	Veniliornis	Veniliornis callonotus	Carpintero Dorsiescarlata	Scarlet-backed Woodpecker
Piciformes	Picidae	Colaptes	Colaptes rubiginosus	Carpintero Olividorado	Golden-olive Woodpecker
Piciformes	Picidae	Picumnus	Picumnus sclateri	Picolete Ecuatoriano	Ecuadorian Piculet
Piciformes	Picidae	Veniliornis	Veniliornis kirkii	Carpintero lomiromo	Red-rumped Woodpecker
Piciformes	Capitonidae	Capito	Capito squamatus	Barbudo Frentinaranja	Orange-fronted Barbet
Piciformes	Ramphastidae	Pteroglossus	Pteroglossus torquatus	Aracari piquipalido	Collared Aracari
Piciformes	Ramphastidae	Ramphastos	Ramphastos ambiguus	Tucan Mandibula Negra	Yellow-throated Toucan
Piciformes	Ramphastidae	Ramphastos	Ramphastos brevis	Tucan del Chocó	Choco Toucan
Passeriformes	Furnariidae	Furnarius	Furnarius cinnamomeus	Hornero del Pacífico	Pale-legged Hornero
Passeriformes	Furnariidae	Lepidocolaptes	Lepidocolaptes souleyetii	Trepatroncos Cabecirrayado	Streak-headed Woodcreeper
Passeriformes	Furnariidae	Campylorhamphus	Campylorhamphus trochilirostris	Picoguadaña Piquirrojo	Red-billed Scythebill
Passeriformes	Tyrannidae	Tyrannus	Tyrannus melancholicus	Tirano Tropical	Tropical Kingbird
Passeriformes	Tyrannidae	Camptostoma	Camptostoma obsoletum	Tiranoete Silbador Sureño	Southern Beardless-Tyrannulet
Passeriformes	Tyrannidae	Elaenia	Elaenia flavogaster	Elenia Penachuda	Yellow-bellied Elaenia
Passeriformes	Tyrannidae	Euscarthmus	Euscarthmus meloryphus	Tirano Enano Frentileonado	Tawny-crowned Pygmy-Tyrant
Passeriformes	Tyrannidae	Todirostrum	Todirostrum cinereum	Espatulilla Comun	Common Tody-Flycatcher
Passeriformes	Tyrannidae	Tolmomyias	Tolmomyias sulphurescens	Picoancho Azufrado	Yellow-olive Flycatcher
Passeriformes	Tyrannidae	Pyrocephalus	Pyrocephalus rubinus	Mosquero Bermellon	Vermilion Flycatcher
Passeriformes	Tyrannidae	Fluvicola	Fluvicola mengeta	Tirano de Agua Enmascarado	Masked Water-Tyrant
Passeriformes	Tyrannidae	Myiarchus	Myiarchus tuberculifer	Copetón Crestioscuro	Dusky-capped Flycatcher
Passeriformes	Tyrannidae	Myiopagis	MyiopagisSubplacens	Elenita del Pacífico	Pacific Elaenia
Passeriformes	Tyrannidae	Megarhynchus	Megarhynchus pitangua	Mosquero Pico de Bote	Boat-billed Flycatcher
Passeriformes	Tyrannidae	Myiozetetes	Myiozetetes similis	Mosquero Social	Social Flycatcher

Passeriformes	Tyrannidae	Myiodynastes	Myiodynastes maculatus	Mosquero Rayado	Streaked Flycatcher
Passeriformes	Tyrannidae	Myiarchus	Myiarchus phaeocephalus	Copetón Coronitizado	Sooty-crowned Flycatcher
Passeriformes	Tityridae	Pachyrampus	Platyparis homochrous	Cabezon Unicolor	One-colored Becard
Passeriformes	Troglodytidae	Troglodytes	Troglodytes aedon	Sotorrey Criollo	House Wren
Passeriformes	Troglodytidae	Campylorhynchus	Campylorhynchus fasciatus	Sotorrey ondeado	Fasciated Wren
Passeriformes	Poliopitidae	Poliopitila	Poliopitila plumbea	Perlita Tropical	Tropical Gnatcatcher
Passeriformes	Turdidae	Turdus	Turdus maculirostris	Mirlo Ecuatoriano	Ecuadorian Thrush
Passeriformes	Vireonidae	Vireo	Vireo olivaceus	Vireo Ojo Rojo	Red-eyed Vireo
Passeriformes	Vireonidae	Cyclarhis	Cyclarhis gujanensis	Vireo cejirrufo	Rufous-browed Peppershrike
Passeriformes	Thamnophilidae	Thamnophilus	Sakesphorus bernardi	Batará Collarejo	Collared Antshrike
Passeriformes	Thraupidae	Coereba	Coereba flaveola	Bananaquit	Bananaquit
Passeriformes	Corvidae	Sporophila	Sporophila corvina.	Espiguero Variable	Variable Seedeater
Passeriformes	Emberizidae	Rhodospingus	Rhodospingus cruentus	Pinzon Pechicarmesi	Crimson-breasted Finch
Passeriformes	Cardinalidae	Volatinia	Volatinia jacarina	Semillerito Negrizulado	Blue-black Grassquit
Passeriformes	Thraupidae	Setophaga	Parula pitiayumi	Parula Tropical	Tropical Parula
Passeriformes	Parulidae	Myiothlypis	Myiothlypis fraseri	Reinita Gris y Dorada	Gray-and-gold Warbler
Passeriformes	Parulidae	Euphonia	Euphonia saturata	Eufonia Coroninaranja	Orange-crowned Euphonia
Passeriformes	Icteridae	Cacicus	Cacicus cela	Cacique Lomiamarillo	Yellow-rumped Cacique
Passeriformes	Icteridae	Icterus	Icterus mesomelas	Bolsero Coliamarillo	Yellow-tailed Oriole
Passeriformes	Incertae Sedis	Saltator	Saltator striatipectus	Saltador Listado	Streaked Saltator
Passeriformes	Thamnophilidae	Taraba	Taraba major	Batará Mayor	Great Antshrike
Passeriformes	Thamnophilidae	Thamnophilus	Thamnophilus bernardi	Batará Collarejo	Collared Antshrike
Passeriformes	Thamnophilidae	Thamnophilus	Thamnophilus atrinucha	Batará Pizarroso occidental	Black-crowned Antshrike
Passeriformes	Thamnophilidae	Dysithamnus	Dysithamnus mentalis	Batarito cabecigris	Plain Antwren
Passeriformes	Thamnophilidae	Myrmotherula	Myrmotherula axillaris	Hormiguerito Flanquiblanco	White-flanked Antwren
Passeriformes	Thamnophilidae	Microrhophias	Microrhophias quixensis	Hormiguerito Alipunteado	Dot-winged Antwren
Passeriformes	Thamnophilidae	Cercomacra	Cercomacra nigricans	Hormiguero Azabache	Jet Antbird
Passeriformes	Thamnophilidae	Myrmeciza	Myrmeciza exsul	Hormiguero Dorsicastaño	Chestnut-backed Antbird
Passeriformes	Furnariidae	Dendrocincla	Dendrocincla fuliginosa	Trepatroncos Pardo	Plain-brown Woodcreeper
Passeriformes	Furnariidae	Glyphorhynchus	Glyphorhynchus spirurus	Trepatroncos Piquicuña	Wedge-billed Woodcreeper
Passeriformes	Furnariidae	Xenops	Xenops minutus	Xenops Dorsillano	Plain Xenops
Passeriformes	Tyrannidae	Capsiempis	Capsiempis flaveola	Tiranolete Amarillo	Yellow Tyrannulet
Passeriformes	Tyrannidae	Mionectes	Mionectes oleagineus	Mosquerito Ventriocráceo	Ochre-bellied Flycatcher
Passeriformes	Tyrannidae	Leptopogon	Leptopogon superciliaris	Mosquerito Gorripizarro	Slaty-capped Flycatcher
Passeriformes	Tyrannidae	Phyllomyias	Phyllomyias griseiceps	Tiranolete Coronitizado	Sooty-headed Tyrannulet
Passeriformes	Tyrannidae	Myiorticcus	Myiorticcus ornatus	Mosquerito Adornado	Ornate Flycatcher

Passeriformes	Tyrannidae	Lophotriccus	Lophotriccus eulophotes	Cimerillo Crestiescamado	Scale-crested Pygmy-Tyrant
Passeriformes	Tyrannidae	Onychorhynchus	Onychorhynchus coronatus	Mosquero Real del Pacífico	Royal Flycatcher
Passeriformes	Tyrannidae	Myiobius	Myiobius barbatus	Mosquerito Lomiazufrado	Sulphur-rumped Flycatcher
Passeriformes	Tyrannidae	Myiobius	Myiobius atricaudus	Mosquerito Colinegro	Black-tailed Flycatcher
Passeriformes	Tyrannidae	Empidonax	Empidonax virescens	Mosquerito Verdoso	Acadian Flycatcher
Passeriformes	Tyrannidae	Attila	Attila torridus	Atila Ocráceo	Ochraceous Attila
Passeriformes	Tyrannidae	Myiozetetes	Myiozetetes cayanensis	Mosquero Alicastaño	Rusty-margined Flycatcher
Passeriformes	Pipridae	Manacus	Manacus manacus	Saltarín Barbiblanco	White-bearded Manakin
Passeriformes	Tityridae	Tityra	Tityra inquisitor	Tirira Coroninegra	Black-crowned Tityra
Passeriformes	Tityridae	Tityra	Tityra semifasciata	Tirira Enmascarada	Masked Tityra
Passeriformes	Tityridae	Pachyrampus	Pachyrampus cinnamomeus	Cabezón Canelo	Cinnamon Becard
Passeriformes	Hirundinidae	Stelgidopteryx	Stelgidopteryx ruficollis	Golondrina Alirrasposa Sureña	Southern Rough-winged Swallow
Passeriformes	Hirundinidae	Progne	Progne chalybea	Martín Pechigris	Gray-breasted Martin
Passeriformes	Troglodytidae	Cantorchilus	Bay Wren	Sotorrey Cabecipinto	Bay Wren
Passeriformes	Turdidae	Catharus	Catharus ustulatus	Zorral de Swainson	Swainson's Thrush
Passeriformes	Turdidae	Turdus	Turdus reevei	Mirlo Dorsiplomizo	Plumbeous-backed Thrush
Passeriformes	Parulidae	Myiothlypis	Myiothlypis fulvicauda	Reinita Lomianteadada	Buff-rumped Warbler
Passeriformes	Parulidae	Cardellina	Cardellina canadensis	Reinita Collareja	Canada Warbler
Passeriformes	Thraupidae	Tachyphonus	Tachyphonus luctuosus	Tangara Hombriblanca	White-shouldered Tanager
Passeriformes	Thraupidae	Ramphocelus	Ramphocelus flammigerus	Tangara Lomilimón	Flame-rumped Tanager
Passeriformes	Thraupidae	Thraupis	Thraupis palmarum	Tangara Palmera	Palm Tanager
Passeriformes	Thraupidae	Tangara	Tangara cyanicollis	Tangara Capuchiazul	Blue-necked Tanager
Passeriformes	Thraupidae	Tangara	Tangara gyrola	Tangara Cabecibaya	Bay-headed Tanager
Passeriformes	Thraupidae	Dacnis	Dacnis lineata	Dacnis Pechiamarillo	Black-faced Dacnis
Passeriformes	Thraupidae	Chlorophanes	Chlorophanes spiza	Mielero Verde	Green Honeycreeper
Passeriformes	Thraupidae	Hemithraupis	Hemithraupis guira	Tangara Guira	Guira Tanager
Passeriformes	Thraupidae	Sporophila	Sporophila telasco	Espiguero Gorjicastaño	Chestnut-throated Seedeater
Passeriformes	Thraupidae	Sporophila	Sporophila funerea	Semillero Menor	Thick-billed Seed-Finch
Passeriformes	Thraupidae	Sporophila	Sporophila nigricollis	Espiguero ventriamarillo	Yellow-bellied Seedeater
Passeriformes	Thraupidae	Rhodospingus	Rhodospingus cruentus	Pinzón Pechicarmesí	Crimson-breasted Finch
Passeriformes	Incertae Sedis	Mitrospingus	Mitrospingus cassinii	Tangara Carinegruzca	Dusky-faced Tanager
Passeriformes	Incertae Sedis	Saltator	Saltator maximus	Saltador Golianteado	Buff-throated Saltator
Passeriformes	Incertae Sedis	Saltator	Saltator grossus	Picogruoso Piquirrojo	Slate-colored Grosbeak
Passeriformes	Emberizidae	Arremonops	Arremonops conirostris	Saltón Negrilistado	Black-striped Sparrow
Passeriformes	Emberizidae	Arremon	Arremon aurantirostris	Saltón Piquinaranja	Orange-billed Sparrow
Passeriformes	Cardinalidae	Pheucticus	Pheucticus chrysogaster	Picogruoso Amarillo Sureño	Golden Grosbeak
Passeriformes 2	Cardinalidae	Cyanocompsa	Cyanocompsa cyanoides	Picogruoso Negriazulado	Blue-black Grosbeak

Fuente: fichas de observación aplicadas en la comunidad 23 de Noviembre.

La lista final de aves observadas durante el tiempo de estudio es de 148 especies, lo que representa el 59,2% de las aves de la zona y el 26,05% de las aves de la provincia del Guayas (tomando como referencia la Guía de Aves del Consejo Provincial del Guayas), la distancia promedio de desplazamiento fue de 2.400 metros, con un tiempo de sesión de 4 horas y una media de 52 especies por sesión, estos datos al ser contrastados con los resultados de la encuesta y la discusión grupal según el desplazamiento, esfuerzo y número de aves indican que es acertada la afirmación "motiva la observación de aves en el sitio", para el segmento de guías especializados en aves de la provincia del Guayas; pero contrastando la misma información con observadores de aves frecuentes, el análisis de los instrumentos concluye que "motiva altamente la observación de aves en el sitio" siempre con la aceptación de un 90% de los consultados en ambos segmentos, considerando que el 50% de los encuestados y del grupo focal, han realizado alguna sesión de observación en el sitio (viaje de familiarización).

Los grupos de especies de mayor interés se centran en las rapaces diurnas como el *leucopternis occidentalis*, *Chondrohierax uncinatus* 35% del valor de la incidencia de observación, migratorias boreales como la *Wilsonia canadienses* 10%, especies denominadas raras como *Onychorhynchus coronatus*, *Attila torridus* 10% y el grupo de los Hormigueros 20 - 70% según la especie; un segmento importante responde al grupo de los Colibríes que representan el 6,7% del total de las aves observadas, los Tyranidos con un 15,5% y los tucanes que siendo relativamente pequeño el número de especies identificadas (dos) fueron considerados de gran atracción. Se indica que el tiempo de sesión no se puede precisar, ya que el mismo responderá a factores intrínsecos de las aves, así como extrínsecos de difícil manipulación por los observadores de aves, aunque el

segmento de guías recomiendan un "half day tour" (5 horas) es aplicable según disponibilidad de senderos y especies posibles a observar.

## CONCLUSIONES

Considerando el objeto de estudio, la lista preliminar de aves resultante tiene una representación significativa con relación a la diversidad avifaunística del Guayas, que el área de estudio refiere actividad antropogénica agrícola, que la variedad de esos cultivos permiten el hábitat de una gran variedad de especies, que los senderos no se alejan más allá de 1.200 metros del centro poblado y el análisis de los resultados de los instrumentos de la investigación asevera que la variedad de especies observadas en la zona de cultivos de cacao de la comunidad 23 de Noviembre son atractivas para el aviturismo o la observación de aves relacionada al turismo de naturaleza, representando un atractivo que motiva altamente la realización de la actividad de la observación de aves en el destino.

Se sugiere mejorar la vía de acceso principal desde la carretera principal hacia la comunidad 23 de Noviembre con especial atención en la estación lluviosa (diciembre - abril) complementar la red de caminos empleados para la observación de aves con facilidades turísticas que permitan mayor comodidad al observador, así como implementar señalización acorde a la actividad a desarrollar y trabajar en la consolidación de un producto turístico referente a la actividad, consolidar la zonificación turística del sitio permitiendo espacios de uso intensivo y de actividades con capacidad de carga puntuales, se invita a continuar monitoreo de la zona de estudio, así como ampliar el mismo a las zonas del bosque protector, implementar estrategias de sensibilización y minimizar impactos ambientales productos de la actividad turística y productiva.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. (1994)** Administración del Turismo. Editorial Trillas, México, p.26.
- Boullon, R. (2006)** "Planificación del Espacio Turístico". México: Editorial Trillas, p38.
- EBird. (2015).** Los 100 mejores observadores en el Mundo Disponible en Web: <http://ebird.org/ebird/top100?locInfo.regionType=custom&locInfo.regionCode=world&year=AAAA> [Consulta. de 2 noviembre 2015]
- EBird. (2015).** Los 100 mejores observadores en Ecuador Disponible en Web: <http://ebird.org/ebird/top100?locInfo.regionType=country&locInfo.regionCode=EC&year=AAAA> [Consulta. de 2 noviembre 2015]
- EBird. (2015).** Los 100 mejores observadores en Guayas Disponible en Web: <http://ebird.org/ebird/top100?locInfo.regionType=subnational1&locInfo.regionCode=EC-G&year=AAAA> [Consulta. de 2 noviembre 2015]
- Senplandes, (2010).** Ecuador. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, p. 12 y 32.
- Prefectura del Guayas. (2012).** Modelo de Gestión de la Mesa Turística del Guayas. Ecuador p. 20
- Prefectura del Guayas. (2012).** Plan de Desarrollo de la Provincia del Guayas 2012-2021. Ecuador p. 87
- Ilustre Municipio de Naranjal. (2014).** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Naranjal. Ecuador, p.12.
- Prefectura del Guayas. (2008).** Plan Maestro de Desarrollo Turístico del Guayas Guayaquil, Ecuador p. 42.
- Espinoza de Janon, F., & Cruz, C. (2014). Aviturismo, Guía para la Provincia del Guayas, Gobierno Provincial del Guayas, Guayaquil, p. anexos
- Estrategia Nacional para el Manejo y Desarrollo Sostenible del Aviturismo en Ecuador. (2006).** Ministerio de Turismo - CORPEL. Quito
- Mcmullan, M., & Navarrete, L. (2013).** Fieldbook of the Birds of Ecuador. Fundación de Conservación Jocotoco, Quito. p. 4 -180
- Ridgely, R., & Greenfield I. (2006).** Aves del Ecuador, Guía de campo. Coopmans, P. (Colaborador) Greenfield, I. (Traductor) Volumen II. Fundación de Conservación Jocotoco, Quito P. 15.

RESEARCH / INVESTIGACIÓN

# Los senderos turísticos como estrategia de desarrollo sustentable: Caso “Bosque Protector Cerro Blanco”, Guayaquil, Ecuador

## Tourist routes as a strategy of sustainable development: The Case of the Cerro Blanco Protected Forest, Guayaquil, Ecuador

**Diana Delgado Campuzano<sup>1</sup>, Roberto Herrera Anangón<sup>2</sup>, Annabelle Villacís Calderón<sup>3</sup>, Ana Moreno Vera<sup>4</sup>, Byron Oviedo Bayas<sup>5</sup>, Jimmy Cedeño Barzola<sup>6</sup>, Renato Baque Mite<sup>7</sup>, Carlos Belezaca Pinargote<sup>8</sup> y Rolando López Tobar<sup>9</sup>.**

La conservación y protección de la naturaleza es un tema que ha despertado gran interés a nivel mundial, y la creación de áreas protegidas ha permitido resguardar los recursos naturales y culturales de muchos sitios que los poseen en mayor número. En el caso particular del “Bosque Protector Cerro Blanco” (BPCB), ubicado en el km 17 de la ruta Guayaquil-Salinas, provincia de Guayaquil, Ecuador, el objetivo principal es “Proteger y rehabilitar una muestra representativa de importancia nacional en la región Bosque Seco Tropical (BST), fomentando la comprensión, apreciación y deleite público para no destruirlo y guardarlo para las generaciones presentes y futuras, tanto de ecuatorianos como visitantes internacionales”. El objetivo de este trabajo fue analizar la sustentabilidad de la Zona de Recreación al Aire Libre (ZRAL) del BPCB. Para ello se realizó el diagnóstico de los diferentes elementos que conforman el paisaje, tales como las condiciones climáticas, las características del suelo, fauna y flora. Se realizaron cuatro salidas de reconocimiento de campo y se elaboró un listado de los factores bióticos y abióticos existentes en el sitio de estudio. Para el levantamiento de la información de la nueva ZRAL se utilizó la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador. Se caracterizaron cuatro atractivos turísticos: Pared Rocosa, Quebrada San Agustín, Paisaje Natural de Bosque Seco Tropical, y Mirador Bellavista. Se diseñaron dos nuevos senderos guiados (San Agustín y Sendero Buenavista Dos) para incrementar rutas a ofrecer a los turistas con la finalidad de recreación, educación, valoración de la naturaleza y desarrollo del ecoturismo, aprovechando los atractivos turísticos determinados. Se espera un mayor flujo turístico a esta área protegida, el cual se explica por las características del BST, los paisajes y creencias sobre plantas medicinales, utilización con fines recreativos y de esparcimiento, y como medio de escape al actual ritmo de vida.

**Palabras clave:** Áreas protegidas, sustentabilidad, fauna y flora, senderos guiados, ecoturismo, esparcimiento.

Nature conservation and protection are a topic that has aroused great interest worldwide, and the creation of protected areas has made it possible to safeguard the natural and cultural resources of many sites that possess them in greater number. In the particular case of the Cerro Blanco protected forest (CBPF), located at km 17 on the Guayaquil-Salinas route, province of Guayaquil, Ecuador, the primary goal is “to protect and rehabilitate a representative sample of national importance in the tropical dry forest (TDF) region, promoting understanding, appreciation and public enjoyment in order to not destroy it and to keep it for present and future generations, both Ecuadorians and international visitors”. The aim of this work was to analyze the sustainability of the outdoor recreation area (ORA) of the CBPF. To do this, the different elements that comprise the landscape were diagnosed, including the climate conditions, soil characteristics, fauna and flora. Four reconnaissance trips were performed and a list was made of the existing biotic and abiotic factors at the study site. Information on the new ORA was gathered using the Methodology for Tourist Attraction Inventories from the Ecuadorian Ministry of Tourism. Four tourist attractions were characterized: Rock Wall, San Agustín Gorge, Natural Landscape of the Tropical Dry Forest and Bellavista Lookout. Two new guided trails were designed (San Agustín and Sendero Buenavista Dos) to increase the routes to offer tourists for the purposes of recreation, education, appreciation of nature and development of ecotourism, taking advantage of certain tourist attractions. A heavier flow of tourists to this protected area is expected, which is explained by the characteristics of the TDF, the landscapes and beliefs about medicinal plants, use for recreation and relaxation, and as a means to escape the hectic pace of life today.

**Key words:** Protected areas, sustainability, fauna and flora, guided trails, ecotourism, recreation.

**(Presentado: Diciembre 1, 2015. Aceptado: Diciembre 30, 2015)**

<sup>1</sup> Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Facultad de Ciencias Ambientales, Ecuador. Ingeniera en ecoturismo, Escuela Politécnica del Chimborazo; Máster en Gestión Ambiental, Universidad de Guayaquil. ddelgado@uteq.edu.ec

<sup>2</sup> Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. Ingeniero en Ecoturismo, Escuela Politécnica del Chimborazo; Máster en Gerencia de Proyectos de Ecoturismo, Universidad Técnica de Ambato. rherrera@uteq.edu.ec

<sup>3</sup> Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, Universidad Católica Santiago de Guayaquil; Máster en Gestión Turística, Universidad Tecnológica América. avillacis@uteq.edu.ec

## INTRODUCCIÓN

La conservación y protección de la naturaleza es un tema que ha despertado gran interés a nivel mundial, y la creación de áreas protegidas ha permitido resguardar los recursos naturales y culturales de muchos sitios que los poseen en mayor número (BOO, 1992). Por eso, el objetivo principal del Bosque Protector Cerro Blanco es “Proteger y rehabilitar una muestra representativa de importancia nacional en la región Bosque Seco Tropical, fomentando la comprensión, apreciación y deleite público para no destruirlo y guardarlo para las generaciones presentes y futuras, tanto de ecuatorianos como visitantes internacionales” (HORSTMAN, 1988).

Para analizar la sustentabilidad de la Zona de Recreación al Aire Libre (ZRAL) del Bosque Protector Cerro Blanco, fue necesario realizar el diagnóstico de los diferentes elementos que conforman el paisaje, tales como las condiciones climáticas, las características del suelo, fauna y flora. El nuevo sistema de senderos para el bosque protector Cerro Blanco facilitó una forma ideal de conservación, educación ambiental y valoración del recurso turístico, el cual consistió en la planificación de todos los parámetros técnicos ambientales y turísticos para la buena operación turística (MINTUR, 2004).

El Bosque Protector Cerro Blanco (BPCB) lleva 23 años en funcionamiento, desde sus inicios, el BPCB ha contado con senderos ecoturísticos, éstos han

sido visitados por turistas que cada vez demandan nuevos senderos y lugares de visita, por tal razón se ha planteado en la nueva zona de Recreación al Aire Libre (ZRAL) el diseño de dos nuevos senderos guiados a los cuales se les determinará la capacidad de carga para determinar el número de turistas que pudieran visitar el bosque.

El Bosque Protector “Cerro Blanco” cuenta con senderos naturales y un centro de visitantes con estacionamiento de vehículos, área de picnic, y camping: adecuado con mesas de madera, sillas, parrillas y baterías sanitarias, anfiteatro con capacidad para 200 personas destinado a recibir grupos grandes, glorietta informativa, paneles interpretativos de mamíferos, ruleta de aves, antiguos hornos de cal, callejón de niños y un bar denominado el Papagayo Verde. Además, los senderos están marcados con letreros de interpretación. El programa de educación está dirigido principalmente a estudiantes de colegios y escuelas de Guayaquil. Por otra parte, Pro-Bosque ejecuta algunas actividades con la comunidad de Puerto Hondo, vecina de Cerro Blanco, donde se ha establecido un club ecológico de niños y jóvenes. (HORSTMAN, 1988).

El Bosque Protector Cerro Blanco cuenta con 7 zonas bien diferenciadas que son: zona de recuperación, zona de restauración, zona de Uso Intensivo, Zona de Uso especial, Zona de Amortiguamiento, Zona de Uso

<sup>4</sup> Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. Bióloga, Universidad Estatal de Guayaquil; Máster en Gestión Turística, Universidad Tecnológica Americana. amoreno@uteq.edu.ec

<sup>5</sup> Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. Ingeniero en Sistemas e Informática, Escuela Politécnica del Ejército; Máster en Ingeniería Eléctrica, Escuela Politécnica Nacional; candidato a Doctor, Universidad de Granada, España. boviedo@uteq.edu.ec

<sup>6</sup> Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. Licenciado en Ciencias de la Educación: Físico Matemático, Universidad de Babahoyo; Máster en Gestión Ambiental. jcedeno@uteq.edu.ec

<sup>7</sup> Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. Ingeniero Forestal, Universidad Técnica Estatal de Quevedo; Máster en Desarrollo y Medio Ambiente, Universidad Técnica de Quevedo. rbaque@uteq.edu.ec

<sup>8</sup> Ingeniero Forestal, Universidad Técnica Estatal de Quevedo; Doctor en Ciencias Mención Microbiología, Universidad Austral de Chile. Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. cbelezaca@uteq.edu.ec

<sup>9</sup> Ingeniero Forestal, Universidad Técnica Estatal de Quevedo; Máster en Manejo y Aprovechamiento Forestal. Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. rlopez@uteq.edu.ec

Intangible y finalmente la Zona de Recreación al Aire Libre. Esta última es la zona donde se va a establecer los nuevos senderos (HORSTMAN, 1988).

Un sendero es un camino trazado a través del espacio geográfico, histórico y cultural, cuyo recorrido es por lo general en circuito, con el propósito de estimular al caminante que lo utiliza (INDERENA, 1995). El sendero natural procura acercar al caminante a los atractivos paisajísticos y culturales más llamativos del sector por donde atraviesa, así como también, intenta mostrar una síntesis de los diversos ambientes, ecosistemas, regiones a los que pertenece; considerando que existen cinco tipos de senderos: Interpretativo guiado, interpretativo auto guiado, senderos para excursión, para personas especiales y de acceso restringido.

Adicionalmente, se debe considerar la capacidad de carga que en el contexto recreacional, se conoce como: "La máxima capacidad de visitantes que un área puede acomodar manteniendo altos niveles de satisfacción para los visitantes y pocos impactos negativos para los recursos" (BOO, 1992). Para determinar la capacidad de carga de un área, es necesario conocer la relación existente entre los parámetros de manejo del área y los parámetros de impacto de las actividades a realizar en esta zona y de esta manera, tomar decisiones para estimar la capacidad de carga turística. Por lo tanto la capacidad de carga es una estrategia potencial para reducir los impactos de los visitantes en Áreas Naturales. La capacidad de carga de visitantes debe ser considerada a tres niveles consecutivos (LÓPEZ, 1990).

## **METODOLOGÍA**

Se realizaron cuatro salidas de reconocimiento de campo a la nueva zona de Recreación al Aire Libre (ZRAL), donde se implementó los dos nuevos sen-

deros para el Bosque Protector Cerro Blanco (BPCB). Además, se elaboró un listado de los factores bióticos y abióticos existentes en el sitio de estudio (flora, fauna, clima y suelo entre otros), luego se incluyó la entrevista con el guarda parque más antiguo para conocer el estado actual en que se encuentra la nueva zona de recreación al aire libre (ZRAL). Se utilizó la metodología (MINTUR, 2004), para el levantamiento de Inventario de atractivos turísticos de la nueva Zona de Recreación al Aire Libre.

Para diseñar un sendero, por lo general se hace el análisis de la hoja topográfica del lugar para ver por donde se quiere establecer el sendero, pero en este caso se aprovechó trochas ya establecidas por los guarda parques del Bosque Protector y se hizo varios recorridos para establecer los parámetros adecuados y lograr que cumplan con las necesidades adecuadas para cada sendero.

Se empezó midiendo la inclinación, para lo cual se utilizó el clinómetro, esto se hizo haciendo una primera parada en la cual se puso un jalón y sobre éste el clinómetro, hasta alcanzar a ver al otro lado el jalón justo a la medida de los ojos de la persona que hizo las mediciones y así se obtuvo el dato preciso de la inclinación dado en grados; la puesta de los jalones dependía de las curvas ya que en éstas siempre se debe medir al inicio, en medio o al final de cada curva y en las partes rectas se avanzaba hasta 10 metros.

Además, en cada parada se tomó un punto georeferenciado con el GPS para tener el mapa del recorrido y detallar todo lo que se va a implementar; el altímetro se lo utilizó para obtener la cota de cada parada y finalmente se sumó la medida de todas las paradas y así se obtuvo la longitud del sendero.

Para el análisis de capacidad de carga se aplicó la siguiente fórmula, para el cálculo de Capacidad de Carga Física (CCF) (CIFUENTES, M, 1992):

$$CCF = \frac{S}{AG} * NV / dia$$

**Donde:**

**S** = Longitud del sendero (m)

**AG** = Distancia ocupada por un grupo de 8 personas más la distancia mínima ocupada entre grupos.

**NV/día** = horario de visita dividido para el tiempo necesario para visitar el sitio.

**RESULTADOS**

El inventario de atractivos turísticos se llevó a cabo en la nueva zona de Recreación al Aire Libre (ZRAL), el primer atractivo se lo conoce como Pared Rocosa, que tiene un largo aproximado de 50 X 20 metros, de color gris con ciertas partes blancas, este es un punto para detallar la parte geológica predominante de la zona. Estas piedras son utilizadas por la Holcim Group para la elaboración del cemento. Estas piedras ayudarán a la interpretación de la formación del proceso geológico de la Cordillera Chongón -Colonche, que se dio hace más de 140 millones de años. Este atractivo se encuentra en estado alterado en virtud de ser explotado para la elaboración de cemento.

**Gráfica 1. Pared Rocosa**

I. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Diana Delgado	2 Ficha N° 001
1.3 Supervisor Evaluador: Elgo Nelson Zambrano	4 Fecha: 03/07/2007
1.5 Nombre del Atractivo: "PARED ROCOSA"	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Fenómeno Geológico	
1.8 Subtipo: Pared de Rocosa	



**Tabla N° 1. Valoración del atractivo 1 "Pared Rocosa"**

VARIABLE	FACTOR	PTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	1
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	2
	c) Nacional	3
	d) Internacional	3
<b>TOTAL</b>		<b>52</b>

El segundo atractivo se lo conoce como Quebrada de San Agustín, donde siempre existe la presencia de agua, por lo cual existe mucha humedad y también plantas de este tipo de hábitat, como: camachos, hongos y helechos. Dentro de la quebrada hay cangrejos de agua dulce, anfibios y reptiles. La quebrada tiene 200 metros de largo y 10 metros de ancho en algunas partes, y en otras 18 metros; hasta donde se puede ingresar y medir. El uso principal que tiene es que se realizan estudios constantes sobre anfibios; aquí se podrá aprovechar para interpretar las diferentes especies de flora y fauna existente en la quebrada gracias a la presencia de agua durante todo el año. El estado en que se encuentra es en proceso de deterioro por el ingreso de los cazadores de animales como el venado cola blanca (*Odocoileus peruvianus*) hacia la parte alta de la montaña.

**Gráfica 2. Quebrada San Agustín**

**1. DATOS GENERALES**  
 1.1 Encuestador: Diana Delgado      1.2 Ficha N° 002  
 1.3 Supervisor: Evaluador: Blgo. Nelson Zambrano      1.4 Fecha: 03/ 07/ 2007

1.5 Nombre del Atractivo: "QUEBRADA SAN AGUSTÍN"  
 1.6 Categoría: Sitio Natural  
 1.7 Tipo: Ambiente lacustre  
 1.8 Subtipo: Quebrada



**Tabla N° 2. Valoración del atractivo 2 "Quebrada San Agustín"**

VARIABLE	FACTOR	PTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	15
	b) Valor extrínseco	12
	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	10
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	2
	c) Nacional	2
	d) Internacional	1
<b>TOTAL</b>		<b>65</b>

**Fuente: Autores.**

El tercer atractivo se lo conoce como Paisaje Natural de Bosque Seco Tropical. Observando este tipo de paisaje se logra apreciar árboles propios de Bosque seco tropical (bsT) como el ceibo (*Ceiba trichistrandra*), pigio (*Cavanillesia platanifolia*), pepito colorado (*Eritrina velutina*), enredaderas o bejucos en general. Son utilizados para dar una mejor interpretación ambiental a los turistas que visitan la zona, además de fomentar la conservación hacia

este tipo de ecosistema en proceso de deterioro por la tala indiscriminada de árboles y por la caza de animales.

**Gráfica 3. Paisaje natural de bosque seco tropical**

**1. DATOS GENERALES**  
 1.1 Encuestador: Diana Delgado      1.2 Ficha N° 001  
 1.3 Supervisor: Evaluador: Blgo. Nelson Zambrano      1.4 Fecha: 03/ 07/ 2007

1.5 Nombre del Atractivo: "PAISAJE NATURAL DE BOSQUE SECO TROPICAL"  
 1.6 Categoría: Sitio Natural  
 1.7 Tipo: Sistemas de Áreas Protegidas  
 1.8 Subtipo: Bosque Protector



**Tabla N° 3. Valoración del atractivo 3 "Bosque Seco Tropical"**

VARIABLE	FACTOR	PTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	15
	b) Valor extrínseco	12
	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	9
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	3
	c) Nacional	5
	d) Internacional	7
<b>TOTAL</b>		<b>75</b>

**Fuente: Autores.**

El cuarto atractivo se lo conoce como Mirador Bellavista. Este paisaje lo encontramos en la parte más alta donde

se logra llegar con los turistas, tiene un espacio de 10 X 5 metros, en el cual se aprecia la vegetación del manglar que se encuentra en el recinto de Puerto Hondo, las piscinas camaroneras, y la represa de Parque Lago. Se encuentra en proceso de deterioro por la tala indiscriminada de manglar y por la caza de animales. Es un atractivo que debemos salvar de manera inmediata.

#### Gráfica 4. Mirador Buenavista

##### 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Diana Delgado      1.2 Ficha N° 001  
1.3 Supervisor Evaluador: Blgo. Nelson Zambrano      1.4 Fecha: 03/ 07/ 2007

1.5 Nombre del Atractivo: "MIRADOR BUENAVISTA"

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Montaña

1.8 Subtipo: Mirador



Tabla N° 4. Valoración del atractivo 4  
"Mirador Buenavista"

VARIABLE	FACTOR	PTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	3
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	2
	d) Internacional	1
<b>TOTAL</b>		<b>41</b>

Fuente: Autores.

#### Diseño de nuevos senderos

Los dos nuevos senderos para el Bosque Protector Cerro Blanco se han diseñado con la finalidad de recreación, educación, valoración de la naturaleza y desarrollo del ecoturismo, aprovechando los atractivos turísticos determinados. Además, los senderos son para que faciliten la relación de los turistas que visitan esta área con la naturaleza. En cuanto a los turistas, existen diferentes motivos que los llevará a visitar esta área protegida; las cuales son las diferentes características de Bosque Seco Tropical (BsT), paisajes, y creencias sobre plantas medicinales; otros lo utilizarán con fines recreativos y de esparcimiento; algunos, como medio de escape al actual ritmo de vida. Finalmente, se consideró que el requerimiento de la Fundación Pro – Bosque era el diseño de dos senderos guiados para incrementar rutas a ofrecer a los turistas que visitan el Bosque Protector Cerro Blanco (BPCB).

Una vez completada la apertura de faja se iniciaron las salidas de campo, con una hoja guía en la cual constaban los siguientes datos; número de estación inicial, distancia, ángulo, tangente, distancia acumulada, cota y observaciones, para el posterior análisis de los futuros senderos. Lo primero que se iba haciendo era poner cintas, estacas y rocas marcadas con la numeración respectiva para de ahí ir anotando las necesidades de cada sector del sendero.

#### Sendero 1

San Agustín. La evaluación preliminar que se efectuó en las salidas de campo, se realizó en dos accesos referenciados y elaborados por personal de la fundación, esto nos permitió ver la necesidad de realizar el control de altura (planimetría del sendero para ver la forma), realizar el control de (altimetría para realizar su perfil), y establecer puntos de interés y necesidades.

Para establecer el análisis del diseño del sendero se aprovechó los accesos ya existentes, elaborados por guardaparques de la Fundación Pro-Bosque. El diseño en planta del sendero es circular alargado según datos tomados con GPS, el punto de acceso es igual al punto de salida y puede ser transitado en ambos sentidos por los turistas que visitan el lugar. Tiene un perfil aceptable sin pendientes muy fuertes y así cumplir con las características requeridas por Fundación Pro-Bosque.

La administración del Bosque Protector Cerro Blanco, solicitó que el nuevo sendero San Agustín tenga características similares al sendero Canoa, por lo cual basándonos en las estadísticas de ingresos de los turistas a este sendero, se lo ha denominado con capacidad de carga muy alta. Además, la distancia de recorrido es de 1091 metros, su trazado no exigirá de grandes esfuerzos para los turistas.

El sendero debe satisfacer los requerimientos del más amplio gusto de turistas, presentando una completa gama de servicios, infraestructura de acogida, interpretación y educación ambiental. Al mismo tiempo, este tipo de sendero permite con facilidad que un grupo ingrese por un acceso (entrada original) y otro grupo ingrese por el otro (la salida del sendero) de esta manera se logrará aprovechar mejor el sendero y el tiempo de recorrido. Los turistas esperados para este tipo de sendero son turistas que practican en forma habitual actividades de caminata al aire libre y estos pueden ser grupos familiares, grupos organizados sin mayor experiencia en el uso de senderos, o que sus motivaciones no requieran grandes desplazamientos.

En el aspecto turístico, se puede indicar que es un lugar apropiado e ideal para observar aves, e incluso el poco tránsito de personas, ha hecho que muchas especies faunísticas se encuentren durante los recorridos realizados, como es el caso del Cabeza de Mate (*Eira barbara*), Venado de Cola Blanca (*Odocoileus peruviannus*), Ardilla Sabanera de Guayaquil (*Sciurus stramineus*), Cuchucho (*Nasua narica*), Ra-

nas de la Quebrada (*Hyloxalus infraguttatus*, *Epipedobates machalilla*).

Además, hay una gran presencia de flora típica del bosque seco Tropical (bsT) como es el caso de Ceibo (*Ceiba trichistrandra*) y Pepito Colorado (*Eritrina velutina*). Durante todo el recorrido por este sendero se puede apreciar la belleza paisajística que posee el bsT, el gran tamaño de los árboles y sobre estos, la gran cantidad de nidos de diferentes especies de aves como el Periquito del Pacífico (*Forpus coelestis*), Cacique Lomo Amarillo (*Cacicus cela*), características que lo hace ideal para ser visitado por turistas que se dediquen a fotografiar estos paisajes. Se plantea establecer dos miradores durante el recorrido y éstos también servirán de puntos de descanso, y así aprovecharlos para hacer interpretación ambiental a los turistas

**Tabla N° 5. Características técnicas del sendero San Agustín**

Obra	Sendero de muy alta carga
Apertura de la faja	1,5 – 2,0 metros
Despeje de la faja	Se considera el despeje del 100% de la faja y apertura de una huella acorde con el ancho del tramo de 1,5 metros.
Movimientos de tierra y estabilización de taludes	Considerando la mayor amplitud del sendero, es posible que existan importantes movimientos de tierra.
Carpeta de circulación	Deberá existir una carpeta de circulación tratada, que permita el desplazamiento para personas discapacitadas hasta el punto indicado.
Control de erosión	Se deberán desarrollar todas las obras necesarias para evitar y controlar el desarrollo de procesos erosivos.
Puentes	El puente en este sendero deberá soportar tránsito bidireccional, para discapacitados.
Miradores	Se propone construir dos miradores en el sendero con capacidad para 12 personas.
Pasamanos	Solo en lugares donde se deba brindar más seguridad al turista, aproximadamente 362,34 metros.
Escaleras	En los lugares necesarios para disminuir la pendiente, aproximadamente 28,90 metros.
Paradas interpretativas	Se recomienda aproximadamente 10 paradas sobre características de bsT, paisajes, etc. con capacidad para 10 personas y así que permita la interpretación ambiental.
Basureros	Se recomienda poner 3 basureros, uno al inicio, en medio y al final del recorrido.
Señalética de Información	Solo para indicar puntos más relevantes del recorrido.
Señalética de Dirección	Es solo en los puntos donde sea de difícil reconocimiento de la zona.

**Fuente: Autores.**

## Sendero 2

Para establecer el análisis del diseño del sendero se aprovechó los caminos semiabierto por el grupo de guardaparques de la Fundación Pro-Bosque, para evitar abrir otros. El Sendero Buenavista Dos (SBD), como se lo conocerá desde ahora, está ubicado entre el punto SBD001 y el punto SBD255, con un largo de 2457,96 metros. El diseño en planta del sendero es alargado según datos tomados con GPS, en la parte alta del sendero se encuentra con el actual sendero Buenavista, y de ahí regresa por el lado norte este de los nuevos senderos.

El sendero diseñado tiene un perfil aceptable y se modificaron los sectores donde presentaban pendientes muy fuertes y así lograr cumplir con las características requeridas por Fundación Pro-Bosque. Los requerimientos del BPCB, es que el nuevo sendero largo o conocido como sendero Buenavista Dos, sea de características similares al actual sendero Buenavista, por lo cual este sendero tiene 2457,96 metros de longitud. Este recorrido es un poco largo y con un mayor esfuerzo físico ya que hay que caminar por más tiempo. Este sendero es para turistas preparados para recorrer largas distancias, o turistas que lleguen al BPCB por un tema específico esto dependerá del grupo. Además, este sendero tendrá que estar equipado con la infraestructura necesaria para hacer descansos y para quienes están dispuestos a quedarse a campar o a hacer alguna actividad que se proponga de acuerdo a lo permitido en dicha área. Los turistas que visitarán este sendero tendrán gusto por el deleite y la apreciación hacia la belleza paisajística, y con mucho interés de sacar fotografías de este hermoso bosque seco tropical.

En el aspecto turístico, se puede mencionar que es un lugar apropiado e ideal para observar aves, e incluso el poco tránsito de personas por esta zona ha hecho que muchas especies de animales se encuentren durante los recorridos realizados, como es el caso del Cabeza de Mate (*Eira barbara*), Venado Cola Blanca (*Odocoileus peruvianus*), Ardilla Sabanera de Guayaquil (*Sciurus stramineus*), Cuchucho (*Nasua narica*) y Ranas de la Quebrada (*Hyloxalus infraguttatus*, *Epipedobates machalilla*). A ello se suma una gran presencia de flora típica del bosque seco Tropical (bsT) como es el caso de Ceibo (*Ceiba trichistrandra*) y Pepito Colorado (*Eritrina velutina*). Durante todo el recorrido por este sendero se puede apreciar la belleza paisajística que posee el bosque seco tropical, el gran tamaño de los árboles y sobre éstos, la gran cantidad de nidos de diferentes especies de aves como el Periquito del Pacífico (*Forpus coelestis*) y Cacique Lomo Amarillo (*Cacicus cela*), lo que lo hace un lugar ideal para ser visitado por turistas que se dediquen a fotografiar estos paisajes. Como se mencionó antes, hay algunos árboles como es el caso del Pepito Colorado (*Eritrina velutina*) y Ceibo (*Ceiba trichistrandra*), que ayudarán a los guías a facilitar la interpretación ambiental para los turistas, éstos son árboles que tienen una gran importancia en el uso medicinal y son representativos del bosque seco tropical. Hay un gran afloramiento de piedras calizas durante el recorrido que va a servir para indicar la importancia de esta área para su conservación, ya que la caliza arroja cierto porcentaje de alcalinidad. Durante los recorridos de salida de campo, se pudo evaluar que hay algunos puntos críticos para realizar un mejoramiento del suelo irregular, por lo cual se debe mover un poco las rocas de piedra caliza que existen en el trayecto del recorrido.

**Tabla N° 6. Características técnicas del sendero Buenavista 2**

Obra	Sendero de Alta carga
Apertura de la faja	1,5 – 2,0 metros
Despeje de la faja	Se considera el despeje del 100% de la faja y apertura de una huella acorde con el ancho del tramo de 1,5 metros.
Movimientos de tierra y estabilización de taludes	Los movimientos de tierra disminuirán ya que no hay tanta irregularidad del suelo.
Carpeta de circulación	La carpeta debe ser tratada, evitando elementos que dificulten el paso de los turistas.
Control de erosión	Se deberán desarrollar todas las obras necesarias para evitar y controlar el desarrollo de procesos erosivos.
Miradores	Se propone construir dos miradores en el sendero con capacidad para 12 personas.
Pasamanos	Solo en lugares donde se deba brindar más seguridad al turista, aproximadamente 58,33 metros.
Paradas interpretativas	Se recomienda un mínimo de aproximadamente 10 paradas sobre características de bsT, paisajes, etc. con capacidad para 10 personas y así que permita la interpretación ambiental.
Basureros	Se recomienda poner 2 basureros, uno en cada mirador del recorrido.
Señalética de Información	Solo para indicar puntos más relevantes del recorrido.
Señalética de Dirección	Es solo en los puntos donde sea de difícil reconocimiento de la zona.

**Fuente: Autores**

En el sendero Buenavista dos también se recomienda la implementación de cunetas en la parte alta del sendero, para evitar la acumulación de agua. Se plantea instalar dos miradores durante el recorrido, los que también servirán de puntos de descanso, y de esta manera aprovecharlos para interpretación ambiental a los turistas. En estos mismos puntos también se deberá poner un recipiente para la basura, ya que estos lugares son aprovechados por los turistas para servirse algún tipo de refrigerio.

**CONCLUSIONES**

Al finalizar la presente investigación, se pudo concluir que:

- Se pueden observar y escuchar un gran número de especies de mamíferos, aves y también especies de flora representativa del bosque seco Tropical.
- El diagnóstico de la zona de estudio sirvió para evidenciar que por lado Este – Norte del Bosque Protector Cerro Blanco ingresan personas a cazar las diferentes especies faunísticas que habitan en la zona.

- El inventario de atractivos turístico que se realizó en la nueva zona de Recreación al Aire sirvió para determinar cuáles eran los lugares apropiados para los nuevos senderos.
- El diseño de los dos nuevos senderos para el Bosque Protector Cerro Blanco se lo hizo de una manera práctica y se menciona que el sendero corto se lo llama Sendero San Agustín y mide 1091,00 metros de longitud y el sendero largo se lo llama Sendero Buenavista Dos y mide 2647,66 metros de longitud.
- El análisis de las pendientes de los dos senderos se lo hizo en porcentajes ya que es la medida que actualmente se utiliza para realizar esta actividad.
- El grupo de turistas que ingresen a los nuevos senderos del Bosque Protector Cerro Blanco será de nueve personas, incluido el guía y pueden ingresar 61,59 grupos diarios al sendero San Agustín y 78 grupos diarios al sendero Buenavista Dos.
- La georreferenciación sirvió para definir el perfil y la forma de cada sendero.
- Se ubicó en el mapa todos los atractivos turísticos y la infraestructura que se recomienda implementar en un futuro.

**BIBLIOGRAFÍA**

**Boo, E. (1992).** La explosión del Ecoturismo. Plan para el Manejo y Desarrollo: Mercedes Oteguiacha.

**Cifuentes, M. (1992).** Determinación de capacidad de carga turística en áreas protegidas. CATIE.

**Horstman, E. (1988).** Plan de manejo del Bosque Protector Cerro Blanco.

**Inderena. (1995).** Manual de Senderos de interpretación Ambiental. Bogota – Colombia.

**López, J. y. (1990).** Evaluación de la Capacidad de Carga como una alternativa de Desarrollo Sustentable en un Sendero Ecoturísticos del Santuario Cerro Pelón, de la Reserva Especial de la Biosfera “Mariposas Monarca”.

**MINTUR. (2004).** Inventario de Atractivos Naturales y Culturales.



## INSTRUCCIONES PARA AUTORES

La **Revista Interamericana de Ambiente y Turismo** (RIAT) es una publicación editada por la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Talca, interesada en divulgar artículos -en español e inglés- de calidad que reporten resultados de investigación, enseñanza de todas las áreas y subcampos de la gestión ambiental y el turismo, como también de otras disciplinas relacionadas. Los artículos pueden presentarse a la RIAT en las siguientes secciones: Resultados de investigaciones, artículos sobre enseñanza, revisión de la literatura y análisis teóricos, notas científicas, comentarios de libros o artículos y misceláneo.

Los manuscritos sometidos a la RIAT experimentan un proceso de revisión doble de pares o árbitros a ciegas. Los informes resultantes del árbitro proporcionan información a los editores de la RIAT, que tomarán las decisiones finales acerca de la publicación. Todos los manuscritos se evaluarán por su excelencia erudita, inclusive contribuciones a la teoría pertinente, la política y la práctica, la conveniencia de estrategias metodológicas, la calidad del argumento y la claridad de la presentación. RIAT no considera manuscritos que estén bajo consideración por otras revistas.

Los autores deben enviar sus manuscritos a RIAT vía electrónica, registrándose en la web [www.riat.otalca.cl](http://www.riat.otalca.cl)

### Estructura general y estilo de títulos y secciones

Los manuscritos deberán tener una estructura lo más similar a: Título, abstract, palabras clave, introducción, metodología, resultados, discusión, conclusiones y referencias. Las instrucciones para definir títulos, secciones y subsecciones son:

#### El título debe ir en MAYÚSCULA, en negrita y centrado.

Títulos de la sección deben ir en MAYÚSCULA y alineados a la izquierda. Subsecciones deben ir en minúscula, negrita y alineados a la izquierda. Subsubsecciones: deben ir en minúscula y alineado a la izquierda

#### Idioma y extensión de los manuscritos

Todos los manuscritos deben ser escritos en español o inglés y deben incluir el resumen en ambos idiomas. La longitud de los manuscritos sometidos a la RIAT no deben superar las 20 páginas de texto, incluidas tablas, figuras, referencias y figuras con tipo de letra calibrí light de 10 puntos, sin espacio.

#### Resumen y palabras clave

Todos los manuscritos sometidos requieren de un resumen. Esto debe aparecer en una página independiente, siguiendo la primera página y precediendo la primera página de texto. El resumen debe ser de sólo un párrafo de no más de 250 caracteres, en el cual se describa brevemente el problema que esté bajo consideración, el enfoque analítico y los hallazgos mayores. En cuanto a las referencias y las citaciones a otro trabajo no se deben incorporar en éste. Posterior al resumen se deben incluir un conjunto de no más de 5 palabras claves que identifican las nociones y los conceptos principales introducidos en el artículo.

#### Las ilustraciones (figuras y cuadros)

Todas las figuras o cuadros se deben presentar con los manuscritos para la revisión, deben ser numerados en forma independiente, esto debe ir en concordancia con el material del texto y debe llevar las referencias concretas hechas a los cuadros o figuras; todas deben ser tituladas y numeradas secuencialmente. Los cuadros se deben discutir en el texto, pero deben ser capaces de autoexplicarse. La presentación final de los manuscritos aceptados debe incluir cuadros y figuras de calidad profesional.

#### Referencias y citaciones

Las referencias deben empezar en una página separada con el título REFERENCIAS y debe seguir el formato APA (Ver manual y tutorial <http://www.apastyle.org/learn/tutorials/basics-tutorial.aspx>).

#### Aspectos de auto identificación de autores

La RIAT emplea un proceso de revisión doble ciega, por lo tanto los autores deben quitar toda información de auto identificación de la versión del manuscrito que será enviado a los árbitros. Los autores pueden dejar las citaciones a su propio trabajo en el manuscrito, siempre que éstas se refieran a trabajos publicados y no den posibilidad de identificarlo.

#### Identificación de autores

El autor debe proveer la siguiente información en el momento de registrarse y subir el manuscrito en línea. Al existir más de un autor, dicha información debe subirse para cada uno de los autores, dejando en claro quién es el autor de correspondencia.

- Nombre del autor
- Afiliación institucional del autor
- Grado académico final del autor
- Correo electrónico
- Dirección institucional, ciudad y país.
- Resumen biográfico

#### Lista de chequeo de submisión

Como parte del proceso de envío, se les solicita a los autores que indiquen que su envío cumple con todos los siguientes elementos y que acepten que envíos que no cumplan con estas indicaciones pueden ser devueltos al autor.

- a. El manuscrito no debe haber sido previamente publicado y no debe estar bajo revisión ni consideración en otra revista.
- b. El archivo del manuscrito debe estar escrito en formato Microsoft Word o RTF.
- c. El texto debe tener una línea de espaciado y letra tipo calibrí light 10. Todas las figuras, tablas, ilustraciones y fotos deben ir incorporadas en el texto en el lugar que corresponda y no al final.
- d. El texto sigue los requerimientos de estilo y bibliográficos expresados en guías para los autores (APA estilo).
- e. Si está enviando trabajo a una sección que usa evaluación de pares, las instrucciones de aseguramiento de la revisión ciega son seguidos.

#### Derecho de autor

**Los autores que publican en esta revista están de acuerdo con los siguientes términos:**

- a. Los autores conservan los derechos de autor y garantizan a la revista el derecho de ser la primera publicación del trabajo al igual que licenciado bajo una Creative Commons Attribution License que permite a otros compartir el trabajo con un reconocimiento de la autoría del trabajo y la publicación inicial en esta revista.
- b. Los autores pueden establecer por separado acuerdos adicionales para la distribución (no exclusiva de la versión de la obra publicada en la revista (por ejemplo, situarlo en un repositorio institucional o publicarlo en un libro), con un reconocimiento de su publicación inicial en esta revista.
- c. Se permite y se anima a los autores a difundir sus trabajos electrónicamente (por ejemplo, en repositorios institucionales o en su propio sitio web) antes y durante el proceso de envío, ya que puede dar lugar a intercambios productivos, así como a una citación más temprana y mayor de los trabajos publicados (véase The Effect of Open Access, en inglés).

#### Declaración de privacidad

Los nombres y correos electrónicos ingresados en la revista serán usados exclusivamente para los propósitos establecidos en ella y para identificar a los autores de las publicaciones.

#### Política de no cobro

No hay cobros por presentar a evaluación o publicar un manuscrito.

## INSTRUCTIONS FOR AUTHORS

The Interamerican Journal of Environment and Tourism is a journal interested in publishing high-quality papers that report original findings from research, teaching or outreach from all areas and sub-fields of environmental management and tourism related disciplines, writing in English or Spanish. Submission types accepted by RIAT include: Research articles on environment, environmental economics, and tourism; Education, Learning and Instruction. Articles can be presented on the following sections: Research Results, Literature Reviews and Theoretical Analyses, Comments, Book Reviews, Response Commentaries. Response Commentaries - critical but constructive comments on publications or editorials published in RIAT.

Submitted manuscripts will undergo a double-blind reviewing process. The resultant referee reports provide advisory information to the RIAT Editors, who makes the final decisions about publication. All manuscripts will be evaluated for their scholarly excellence, including contributions to relevant theory, policy and practice, appropriateness of methodological strategies, quality of argument, and clarity of presentation. RIAT does not review manuscripts that are under consideration by other journals.

Authors should send manuscripts to RIAT by Electronic submissions by register in: [www.riat.utalca.cl](http://www.riat.utalca.cl)

### General Structure & Titles, Sections and Subsection Styles

The articles may have the following structure: Title, Abstract, keywords, Introduction, Methodology, Results, Discussion, Conclusions and References. The instructions for defining titles and sub-titles are:

**The title should be in CAPITAL BOLD LETTER; centered to the page.**

The Section title should be CAPITAL BOLD LETTER; it is this aligned along the left margin

Subsection title should be in lower case letter and bold; it is this aligned along the left margin

Subsubsection title should be in "lower case" and normal letter; it is this aligned along the left margin

Manuscript language & Length

All manuscripts should be written in Spanish or English but abstracts should be in both languages. Manuscripts submitted to RIAT should be no longer than 20 pages of text including figures, tables, photos, & references (single-spaced Calibri light 10-point font).

### Abstract & Keywords

An Abstract is required for all submitted manuscripts. This should appear on a page of its own, following the title page and preceding the first page of text. The Abstract should be a single paragraph of 250 characters or less that briefly describes the problem under consideration, the analytical approach, and the major findings. References and citations to other work should not be included in the Abstract. Following the Abstract include a set of not more than 5 keywords identifying major notions or concepts introduced in the article.

### Illustrations (Figures and tables)

All tables and figures should be submitted with manuscripts for review. These should be clearly coordinated with text material, with specific references made to the tables or figures. All must be captioned, and numbered sequentially. Tables should be discussed in the text, but capable of clear interpretation on their own. The final submission of accepted manuscripts must include tables and figures of professional quality. Equations should be numbered sequentially. References & Citations

### The RIAT follow APA Norms of Style & Citation

See: <http://www.apastyle.org/learn/tutorials/basics-tutorial.aspx>

### Aspects of auto identification of authors

The RIAT employs a double-blind review process. Therefore, authors should remove all self-identification information from the version of the manuscript that will be sent out to referees. Authors may leave citations to their own work in the manuscript, as long as those citations refer to published work and do not identify themselves in any way.

### Authors Identification

Authors must provide the following contact information for each author during registration on line. However, one author should be clearly designated as the contact author for the manuscript:

- Author's name(s)
- Final Academic Degree
- Author's title or Position, e.g., Associate Professor, Academic degree, etc.
- Complete mailing address, including institutional affiliation;
- E-mail address; and telephone number.
- Biographic data

### Submission preparation checklist

As part of the submission process, authors are required to check off their submission's compliance with all of the following items, and submissions may be returned to authors that do not adhere to these guidelines.

- a. The submission has not been previously published, nor is it before another journal for consideration (or an explanation has been provided in Comments to the Editor).
- b. The submission file is in Microsoft Word or RTF file format.
- c. The text is single-spaced; uses a 10-point font; employs calibri light, rather than underlining (except with URL addresses); and all illustrations, figures, and tables are placed within the text at the appropriate points, rather than at the end.
- d. The text adheres to the stylistic and bibliographic requirements outlined in the Author Guidelines, (APA STYLE) which is found in About the Journal.
- e. If submitting to a peer-reviewed section of the journal, the instructions in Ensuring a Blind Review have been followed.

### Copyright notice

Authors who publish with this journal agree to the following terms:

- a. Authors retain copyright and grant the journal right of first publication with the work simultaneously licensed under a Creative Commons Attribution License that allows others to share the work with an acknowledgement of the work's authorship and initial publication in this journal.
- b. Authors are able to enter into separate, additional contractual arrangements for the non-exclusive distribution of the journal's published version of the work (e.g., post it to an institutional repository or publish it in a book), with an acknowledgement of its initial publication in this journal.
- c. Authors are permitted and encouraged to post their work online (e.g., in institutional repositories or on their website) prior to and during the submission process, as it can lead to productive exchanges, as well as earlier and greater citation of published work (See The Effect of Open Access).

### Privacy statement

The names and email addresses entered in this journal site will be used exclusively for the stated purposes of this journal and will not be made available for any other purpose or to any other party.

### Non Charges Policy

There are not charges for submission and publication.

Vol. 11, Nº2, Julio - Diciembre 2015

# RIAT

*Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*  
*Interamerican Journal of Environment and Tourism*

ISSN 0717-6651 versión impresa  
ISSN 0718-235X versión online

[riat.otalca.cl](http://riat.otalca.cl)

[riat@otalca.cl](mailto:riat@otalca.cl)

2 Norte 685, Talca, Chile.

