

RiAT

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

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



EDITORIAL

Investigación y publicaciones en turismo y medio ambiente

INVESTIGACIÓN

Evaluación de la calidad en el servicio a través del modelo SERVQUAL en los museos de la ciudad de Puebla, México

Elementos del desarrollo local y recursos disponibles para el desarrollo del turismo alternativo en Ocuilan, México

Perfil del turista que visita los emprendimientos de turismo de naturaleza en la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza-Ecuador.

Análisis del potencial turístico de las comunidades rurales. Caso de estudio: Comunidad Muyuyacu, El Oro-Ecuador

Seguridad y venta cruzada de las aplicaciones móviles y su relación con la comunicación "boca-oído electrónico" (eWOM) en los aeropuertos

El turismo comunitario como estrategia para la visibilización y revalorización de la memoria musical de los pueblos kichwa de Imbabura-Ecuador

Turismo sustentable o ecoturismo: Un análisis de caso en la reserva natural privada "La Aurora del Palmar", Entre Ríos, Argentina

La sostenibilidad a través de la capacidad de carga en los senderos turísticos del Bosque Protector Cerro Blanco, provincia del Guayas, Ecuador

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

La Responsabilidad Social Empresarial y la gestión del servicio en el sistema turístico

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, Economista Ambiental, Universidad de Talca, Chile

CO-EDITOR

Dra. Leidy Y. García Pérez, Universidad Católica del Maule, Chile

EDITOR ADJUNTO

Dr. Germán Lobos Andrade, Universidad de Talca, Chile

COMITÉ EDITORIAL / EDITORIAL COMMITTEE

Dr. Ernesto Arias, University of Colorado, Estados Unidos

Dr. Diego Azqueta, Universidad de Alcalá, España

M.Arch. Gene Bressler, NC State University, Estados Unidos

Dr. Kelly S. Bricker, University of Utah, USA

Dr. Carlos Chavez Rebolledo, Universidad de Talca, Chile

Dr. Sir Partha Dasgupta, University of Cambridge, Inglaterra, Reino Unido

Dr. Jose Gustavo Feres, FGV in Rio de Janeiro, Brasil

Dr. Cristián Henríquez Ruíz, Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile

Dr. Patrick Long, University of Colorado, Estados Unidos

Dr. Brent Lovelock, University of Otago, New Zealand

Dr. Rosendo Pujol, Universidad de Costa Rica, Costa Rica

Dr. Pablo Szmulewicz Espinosa, Universidad Austral de Chile, Chile

Dr. Arturo Vásquez-Parraga, The University of Texas Pan America, Estados Unidos

Dr. Felipe Vásquez Lavín, Universidad del Desarrollo, Chile

COMITÉ CIENTÍFICO (CC) /SCIENTIFIC COMMITTEE

Dr. Mauricio I. Aguayo, Universidad de Concepción, Chile

Dr. Patricio Aroca González, Universidad Adolfo Ibañez, Chile

Dr. Daniel Barrera Fernández, Universidad de Guanajuato, México

Dr. Tomas Gabriel Bas, Universidad de Talca, Chile

Dr. Rodrigo S. Herrera, Universidad de Talca, Chile

Dr.(c) Victor Cancino Cancino, Universidad Santo Tomás, Chile

Dr. Marcos Carrascos Benavides, Universidad Católica del Maule, Chile

Dr. Javier De Esteban Curiel, King Juan Carlos University, España

Dr. Guillermo Donoso, Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile

Dr. Lázaro Florido-Benítez, Universidad de Málaga, España, España

Dr. Carlos A. Lara Aspeé, Universidad de Valparaíso, Chile

Dr. Valmir Martins de Oliveira, Académico y Consultor de RSU y Turismo, Chile

Dr. Sergio A. Orrego Suaza, Universidad Nacional de Colombia, Colombia

Dr. Gabriel Pino Saldías, Universidad de Talca, Chile

Dr. Máximo Rossi, Universidad de la República, Uruguay

Dr. Miguel Angel Quiroga, Universidad de Concepción, Chile

Dr. Lisandro Roco Fuentes, Universidad Católica del Maule, Chile

Dr. Alejandra Stehr G., Universidad de Concepción, Chile

Dr. Mariela B. Valenzuela Hube, Consultora en OASIS Outsourcing Ambiental Servicios Ltda., Chile

Dr. Leiner Vargas Alfaro, Universidad Nacional, Costa Rica

Dr. Fernando Vera Rebollo, Universidad de Alcalá, España

Dr. Adam Waver, Victoria University of Wellington, New Zealand, Nueva Zelanda

Dr. Jorge Zamora González, Consultor de Marketing y Turismo, 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

EDITORIAL

01

Investigación y publicaciones en turismo y medio ambiente

Research and publications on tourism and the environment

Leidy Y. García Pérez

RESEARCH / INVESTIGACIÓN

02-16

Evaluación de la calidad en el servicio a través del modelo SERVQUAL en los museos de la ciudad de Puebla, México

Evaluation of service quality using the SERVQUAL model in the museums in Puebla, Mexico

Ramón Acle , Norma Santiesteban , Sandra Herrera & Abigail Claudio

17-36

Elementos del desarrollo local y recursos disponibles para el desarrollo del turismo alternativo en Ocuilan, México

Elements of the local development and resources available to promote alternative tourism in Ocuilan, México

Karen González Lendizabal , Ricardo Farfan Escalera & Carlos Perez Ramírez .

37-47

Perfil del turista que visita los emprendimientos de turismo de naturaleza en la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza-Ecuador.

Profile of the tourist who visits the nature tourism ventures in the city of Puyo, Pastaza Province, Ecuador

Víctor Hugo del Corral , Angélica Mejía & Luis Fermín Atamaenda

48-59

Análisis del potencial turístico de las comunidades rurales. Caso de estudio: Comunidad Muyuyacu, El Oro-Ecuador

Analysis of the tourism potential of the rural communities. Case study: Muyuyacu Community, El Oro Province, Ecuador

Muyuyacu Community, El Oro Province, Ecuador

Mauricio Noblecilla G. , Lilia Ortíz B. , Jonathan Ruiz C. , Italo Encalada L. & Oscar Ordoñez C .

60-69

Seguridad y venta cruzada de las aplicaciones móviles y su relación con la comunicación “boca-oído electrónico” (eWOM) en los aeropuertos

Safety and cross-selling from mobile applications and their relation to electronic word-of-mouth (eWOM) in airports

Lazaro Florido Benítez

70-87

El turismo comunitario como estrategia para la visibilización y revalorización de la memoria musical de los pueblos kichwa de Imbabura-Ecuador

Community tourism as a strategy for the visibility and appreciation of the musical memory of the kichwa people of Imbabura, Ecuador

Nhora Benítez , Jorge Albuja & Cristina Vaca

88-104

Turismo sustentable o ecoturismo: Un análisis de caso en la reserva natural privada “La Aurora del Palmar”, Entre Ríos, Argentina

Sustainable tourism or ecotourism: A case study of the “Aurora del Palmar” private nature reserve, Entre Ríos, Argentina

Aldo Guzmán , Ximena Monza & Silvia Valenzuela

105-115

La sostenibilidad a través de la capacidad de carga en los senderos turísticos del Bosque Protector Cerro Blanco, provincia del Guayas, Ecuador

Sustainability through carrying capacity on the tourist trails of Cerro Blanco Protected Forest, Guayas Province, Ecuador

Diana Delgado , Annabelle Villacís , Jimmy Cedeño , Roberto Herrera , Byron Oviedo , Renato Baque , Carlos Belezaca y Rolando López

116-128

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA / LITERATURE REVIEW

La Responsabilidad Social Empresarial y la gestión del servicio en el sistema turístico

Corporate Social Responsibility and service management in the tourism system

Diego Salazar Duque

EDITORIAL

Investigación y publicaciones en turismo y medio ambiente

Research and publications on tourism and the environment

Leidy Y. García Pérez¹

Chile es ha sido un país caracterizado económicamente por una alta dependencia de la producción de productos primarios: cobre, celulosa, salmón, frutas, entre otros. Ello ha conducido que de diferentes formas se estimulen actividades productividades que aprovechen la riqueza natural del país y que sean fuentes no tradicionales de crecimiento económico. Dentro de ellas, sin duda la actividad turística es el centro de atención, especialmente para el desarrollo económico de las pequeñas localidades. Chile, al igual que otros países de América Latina, se destaca por importantes atractivos turísticos naturales: el desierto de Atacama, Las Torres del Paine, Isla de Pascua, Glaciares, lagos, volcanes, playas, entre otros.

De hecho, a nivel de toda la América Latina se promovido el turismo como una actividad económica alternativa con potencial. Precisamente, este número de la Revista Interamericana de Ambiente y Turismo (RIAT) es la manifestación del creciente interés científico por estudiar la sostenibilidad ambiental y el desarrollo del turismo como parte de la estrategia de desarrollo en lugares como México, Ecuador y Argentina. Otra evidencia de ello, es el creciente número de publicaciones con éstas temáticas en las bases de datos, las cuales se han más que duplicado en los últimos quince años (Tabla 1).

Tabla 1. Número de artículos con palabras claves de Turismo y Medio Ambiente

	Turismo			Medio Ambiente		
	Google Scholar*	Scopus	ISI	Google Scholar*	Scopus	ISI
≤2000	60.600	10.265	4.205	589.000	547.715	218.697
≤2010	174.600	30.854	12.724	1.515.000	1.353.308	607.182
≤2016	291.600	59.512	27.011	1.964.000	2.166.316	1.029.441

Fuente: Google Scholar, Scopus y Web of Science. * Con búsqueda de términos en Español.

Considerando dicha relevancia temática del Ambiente y Turismo es que la RIAT se ha preocupado en cada uno de sus números de ir mejorando la calidad de las investigaciones a través de nuevas incorporaciones de connotados académicos nacionales e internacionales en el área, incrementar la rigurosidad en el proceso de selección de los artículos, reducir los tiempos de revisión y publicación, y la autoevaluación continua, lo que nos permite seguir aportando al desarrollo de la disciplina. Por ello, nos enorgullece presentarles el volumen 12, número 1 del 2016.

¹ Doctor en Economía, académico de la Facultad de Ciencias Sociales y Económicas, legarcia@ucm.cl

RESEARCH / INVESTIGACIÓN

Evaluación de la calidad en el servicio a través del modelo SERVQUAL en los museos de la ciudad de Puebla, México

Evaluation of service quality using the SERVQUAL model in the museums in Puebla, Mexico

Ramón Acle Mena¹, Norma Santiesteban-López², Sandra Herrera Gudmán³ & Abigail Claudio Morales⁴.

Resumen: El turismo es una de las actividades comerciales más importantes de la economía de México. Los sitios turísticos que concentran el interés de los visitantes extranjeros son Cancún (Quintana Roo), Los Cabos (Baja California), Puerto Vallarta y Guadalajara (Jalisco) y Distrito Federal. La ciudad de Puebla destaca por el turismo cultural, ofreciendo una amplia gama de atractivos, entre los cuales destacan iglesias, conventos, edificios, arquitectura, museos, gastronomía, y artesanías. Puebla cuenta con 37 museos, 14 de los cuales son de reciente apertura. En este trabajo se evaluó la calidad del servicio de los museos en la ciudad de Puebla. Se planteó la siguiente hipótesis de investigación: La calidad en el servicio en los museos de la ciudad de Puebla tiene un efecto positivo sobre la calidad percibida del usuario. El estudio se realizó durante el período vacacional de Semana Santa 2016 bajo un enfoque turístico-mercadológico. Se aplicó una metodología mixta específica, adaptada para el modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio y al fenómeno en estudio, que permitió correlacionar las variables de la investigación. El cuestionario fue aplicado en los seis museos más representativos de la ciudad de Puebla. Los resultados obtenidos sugieren que la mayoría de los museos de la ciudad de Puebla ofrecen un servicio de alta calidad a los visitantes.

rio, enfoque turístico-mercadológico.

Abstract: Tourism is one of the most important commercial activities in Mexico's economy. The tourist sites of interest to foreign visitors are Cancún (Quintana Roo), Los Cabos (Baja California), Puerto Vallarta and Guadalajara (Jalisco), and the Federal District. The city of Puebla stands out for its cultural tourism, offering a wide range of attractions, including churches, convents, buildings, architecture, museums, cuisine, and handicrafts. Puebla has 37 museums, 14 of which opened recently. In this work the service quality of the museums in the city was assessed. The following research hypothesis is posed: The service quality in the museums in Puebla has a positive effect on the quality perceived by the user. The study was conducted during the vacation period of Easter 2016 using a tourism-marketing approach. A specific mixed methodology was applied, adapted for the SERVQUAL model to assess service quality and the study phenomenon, making it possible to correlate the study variables. The questionnaire was applied in the six most representative museums in Puebla. The results suggest that most of the museums in Puebla offer visitors a high-quality service.

Palabras clave: Turismo cultural, calidad percibida del usua-

Key words: Cultural tourism, user-perceived quality, tourism-marketing approach.

(Presentado: 30 de mayo de 2016. Aceptado: 23 de junio de 2016)

¹ Doctor en Administración Gerencial, Instituto de Estudios Universitarios A.C. Profesor investigador Facultad de Administración, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. raclmx@yahoo.com

² Doctora en Ciencia en Alimentos por la Universidad de las Américas-Puebla. Profesor investigador Facultad de Administración, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. asantiesteban2@hotmail.com

³ Estudiante de la licenciatura de Administración de Empresas Turísticas adscrita a la Facultad de Administración de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México. sandra.herrera.guz@gmail.com

⁴ Estudiante de la licenciatura de Administración de Empresas Turísticas adscrita a la Facultad de Administración de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México. abyclaudio8@gmail.com

INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades comerciales más importantes dentro de la economía de México. La Organización Mundial de Turismo (OMT) confirmó que México regresó a la lista de los diez países más visitados a escala global, ocupando la décima posición con un porcentaje de 16.3% tras los resultados que obtuvo en 2014. Con respecto a esto, 1 de cada 39 personas que viajaron durante 2014 eligió México. Así nuestro país recibió 29.1 millones de visitantes internacionales, considerándose como el primer destino de turistas extranjeros en América Latina y el segundo de América del Norte (El Economista, 2015). A su vez ofrece diferentes tipos de turismo entre los cuales destacan: sol y playa, arqueológico, aventura, cinegético, colonial, deportivo, gastronómico, negocios, religioso y cultural. Según Valadez (2015), los cinco sitios turísticos que más concentran la derrama económica de los extranjeros son: Cancún (Quintana Roo), Los Cabos (Baja California), Puerto Vallarta y Guadalajara (Jalisco) y Distrito Federal.

Por otra parte, el Estado de Puebla reporta que el turismo es considerado uno de sus factores económicos más importantes debido a los recursos turísticos que posee. Esta ciudad destaca por su turismo cultural, ofreciendo una amplia gama de atractivos, entre los cuales sobresalen iglesias, conventos, edificios, arquitectura, museos, gastronomía, y artesanías. Sus museos son un detonante importante para este sector especialmente en los últimos años, ya que cuenta con 37 museos, de los cuales 14 de ellos fueron de reciente apertura.

El objetivo de este trabajo fue evaluar la calidad del servicio de los museos en la ciudad de Puebla utilizando el cuestionario SERVQUAL, de Parasuraman, Berry & Zeithaml (1988). La aplicación del instrumento se desarrolló desde el 21 de marzo al 1° de abril de 2016 en la ciudad de Puebla. La hipótesis general fue del tipo correlacional, esto es: La calidad del servicio en los museos de la ciudad de Puebla se relaciona directamente con la calidad percibida por los usuarios. Se plantearon cinco hipótesis particulares englobando las distintas dimensiones de la escala, es decir, elementos tangibles, fiabilidad, capacidad o velocidad de respuesta, seguridad y empatía. Las hipótesis particulares son:

- H₁: Los elementos tangibles se relacionan positivamente con la satisfacción del usuario conforme al servicio que se ofrece.
- H₂: La fiabilidad se relaciona positivamente con la satisfacción del usuario conforme al servicio que se ofrece.
- H₃: La capacidad o velocidad de respuesta se relaciona positivamente con la satisfacción del usuario conforme al servicio que se ofrece.
- H₄: La seguridad se relaciona positivamente con la satisfacción del usuario conforme al servicio que se ofrece.
- H₅: La empatía se relaciona positivamente con la satisfacción del usuario conforme al servicio que se ofrece.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

La calidad del servicio se constituye en una prioridad competitiva (Miltenburg, 2009) y por lo tanto se considera un factor que está presente en todas las relaciones de las personas con las empresas y constituye un atributo diferenciador entre las organizaciones exitosas y las que no lo son. Su propósito principal es la satisfacción del cliente a través del conocimiento de lo que éste desea y espera, y se considera como el primer paso para entregar un servicio de calidad (Bergman & Klefsjo, 1994). La calidad en el servicio se define de manera general como una evaluación de la misma desde la percepción y el juicio de los consumidores (en forma de actitud), donde estos comparan sus expectativas y percepciones del desempeño actual del servicio (Lewis, 1989) que esperan, con las percepciones del servicio que ellos reciben (Cronin & Taylor, 1992).

Por otra parte es importante evaluar de manera periódica la calidad en el servicio que ofrecen las empresas. Para ello la literatura recomienda el modelo SERVQUAL (Parasuraman, Berry & Zeithaml (1988). Los autores de la escala realizaron una amplia investigación sobre la calidad en los servicios, la cual permitió proponer una definición de calidad en el servicio, entender la calidad en el servicio como un concepto multidimensional, establecer el modelo de calidad en el servicio basado en lagunas o distancias, y proponer el modelo SERVQUAL como instrumento de evaluación de calidad en el servicio (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990). Dicho ins-

trumento resume las diferencias entre percepciones, expectativas y las cinco dimensiones de la calidad del servicio (Morillo, Morillo, & Rivas, 2011). El modelo SERVQUAL ha sufrido cambios desde su inicio al enfocarse en reunir expectativas del modelo (Cronin & Taylor, 1992), en adicionar dimensiones a las expectativas (Boulding, Kalra, Staelin, & Zeithaml, 1993) o emplear métodos estadísticos alternativos para valorar la calidad del servicio (Desarbo, Huff, Rolandelli, & Choi, 1994). Dicho instrumento tiene como base cuestionarios que se aplican de forma directa a los usuarios, integra elementos cuantitativos y cualitativos asociados en las siguientes cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad o velocidad de respuesta, seguridad y empatía, que pretenden obtener las expectativas de un excelente servicio y las percepciones sobre las mismas dimensiones de los servicios recibidos. La escala SERVQUAL ha sido ampliamente conocida, discutida, aplicada y validada en diferentes industrias de servicio, tales como hospitales, educación y turismo (Huang, 2009). La escala SERVQUAL está enfocada en los museos para el caso del presente estudio.

Los servicios poseen características especiales, las cuales son tomadas en consideración por los clientes para formarse un juicio respecto a la calidad del mismo. Estas características son las ya mencionadas dimensiones generales, las cuales se definen, con sus correspondientes variables, en la tabla 1.

TABLA 1. Dimensiones del modelo SERVQUAL

DIMENSIÓN	DEFINICIÓN	VARIABLES
Elementos tangibles	Representan la apariencia y características físicas de las instalaciones, equipo, personal, material de comunicación y otros elementos del proveedor del servicio y con los que el cliente está en contacto.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Instalaciones físicas. 2. Equipamientos modernos. 3. Apariencia del personal. 4. Materiales de comunicación visualmente atractivos.
Fiabilidad	Implica la capacidad que tiene la organización a través de sus bienes o servicios para desempeñarse en la forma requerida bajo condiciones establecidas y durante un tiempo establecido y de manera confiable, cuidadosa y con precisión.	<ol style="list-style-type: none"> 5. Ofrecer los servicios conforme lo prometido. 6. Habilidad e interés en lidiar con los problemas de los clientes. 7. Ofrecer el servicio correcto desde la primera vez. 8. Ofrecer el servicio en el plazo prometido. 9. No cometer errores.
Capacidad de respuesta o Velocidad de respuesta	Disposición y voluntad del proveedor de servicios para ayudar y satisfacer las necesidades de los clientes brindando un servicio inmediato, de forma rápida, eficiente y ágil.	<ol style="list-style-type: none"> 10. Mantener a los clientes informados sobre cuándo será entregado el servicio. 11. Prestar una pronta atención a los clientes. 12. Disposición para ayudar a los clientes. 13. Agilidad en responder a las demandas de los clientes.
Seguridad	Representa conocimientos, atención y cortesía por los empleados respecto al servicio que están brindando, además de habilidad para inspirar confianza, credibilidad y protección al cliente.	<ol style="list-style-type: none"> 14. Empleados que inspiran confianza. 15. Hacer que el cliente se sienta seguro en sus transacciones. 16. Cortesía de los empleados. 17. Habilidad en los empleados para responder a los cuestionamientos de los clientes.
Empatía	Capacidad del ponerse en la posición del cliente y atenderlo de manera personalizada y cuidadosa.	<ol style="list-style-type: none"> 18. La empresa brinda una atención individualizada a los clientes. 19. Proporcionar horarios de atención convenientes a todos los usuarios. 20. Demostrar preocupación por los intereses de los clientes. 21. Empleados que ofrecen una atención personalizada a los clientes. 22. Empleados que entienden las necesidades específicas de los clientes.

Fuente: Elaboración propia en base a Parasuraman, Berry & Zeithaml (1988).

Las cinco dimensiones pueden evaluarse de acuerdo a diferentes criterios. Primero, si existe coincidencia entre la valoración que los clientes hacen de un servicio recibido con lo que debe ser un buen servicio, entonces se dice que existe satisfacción del cliente. Segundo, si la percepción del cliente sobre un servicio recibido es inferior a las expectativas sobre lo que debe ser un buen servicio, el cliente considerará al servicio recibido como un servicio de baja calidad y que no lo satisface. Tercero, si la percepción del cliente sobre un servicio recibido supera sus expectativas sobre lo cual debe ser un buen servicio, el cliente considerará al servicio recibido como un servicio de buena calidad, no obstante existirá una asignación ineficiente de los recursos. Por último, es importante mencionar que cada una de estas dimensiones depende tanto del tipo de servicio que ofrece la empresa (museos, para el caso del presente estudio) como del valor que cada una implica para el usuario, lo cual se verá reflejado directamente en los resultados de las encuestas aplicadas a los clientes.

MUSEOS Y PUEBLA

La historia de los museos ha transcurrido en forma paralela con la historia de la humanidad y no sólo está íntimamente ligada a la dualidad pasado-futuro, sino a dos nociones distintas del tiempo, esto es, "la de un tiempo que pasa y la de un tiempo que perdura" (Labandeira, 2016). Se inicia desde el antiguo Egipto, con el término mouseion, utilizado para la designación de un templo dedicado al conocimiento (Linarez, 2008), seguida de Grecia, donde los museos eran lugares dedicados a las musas, hijas de Zeus y de la diosa Memoria (Montenegro, 2011). Estos eran sitios de reunión de artistas y poetas (Navarro & García, 2007). En Roma, la palabra museum

fue utilizado para nombrar un lugar o una villa, en el que se llevaban a cabo reuniones filosóficas (García, 2000). En épocas posteriores siguió evolucionando este concepto, pasando por los tesoros acumulados en los conventos durante la Edad Media hasta llegar al museo promovido por las élites ilustradas de fines del siglo XVIII y principios de XIX (Varie-Bohan, 1979).

Tradicionalmente entendidos como instancias de consagración de identidades, los museos también se adaptan a los nuevos tiempos, insertándose en las redes globalizadas de producción y circulación simbólica, donde "lo que era local, nacional, puede tornarse mundial. Lo que era antiguo, puede revelarse nuevo" (Scheiner, 2008).

En cuanto a su definición, tanto el Consejo Internacional de Museos (ICOM), como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) coinciden en que el museo es una institución permanente sin fines de lucro y abierta al público (ICOM, 2007), que a pesar de su origen como templos del saber reservado a unos pocos, en la actualidad tratan de convertirse en un espacio integrador abierto a la sociedad (Izquierdo, Lopez, & Prados, 2014) al ser lugares para el encuentro social (Leinhardt, 2014). Para Morán (2014) la misión de los museos es la de custodiar, exhibir, preservar, incrementar y difundir de manera permanente el legado patrimonial, educando y fortaleciendo los valores e identidades de las comunidades (Lebrun, 2009).

Los museos se caracterizan por una doble responsabilidad; preservar la integridad del objeto como elemento de nuestro patrimonio y contribuir a la evolución de la sociedad (Hernández, 1992). Además, los museos se han convertido en potentes instrumentos para la promoción cultural, la

formación y consolidación de identidades individuales y colectivas. Se trata de lugares en donde se cuestionan y debaten ideas, conocimientos, conceptos y situaciones, para que puedan ser escuchados, conocidos, comprendidos, confrontados, valorados y reivindicados (Hervás, 2010). Se consideran importantes ya que son un medio para conocer el pasado, comprender el presente y des-

cubrir el futuro de nuestra sociedad.

Por otra parte, existen diferentes formas de clasificar a los museos, en categorías tales como temáticos, tipos de colecciones, públicos y privados. En la tabla 2 se muestran tres diferentes clasificaciones de museos según Maceira, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México (CONACULTA) y la UNESCO.

TABLA 2: Clasificación de los museos de acuerdo por temática.

Maceira (Maceira, 2008)	CONACULTA (CONACULTA, 2010)	UNESCO (UNESCO, 1992)
1. Museos de arte	1. Museos de arte	1. Museos de arte
2. Museos de antropología	2. Museos de antropología e historia	2. Museos de etnografía y de antropología 3. Museos de arqueología y de historia
3. Museos de ciencia	3. Museos de ciencia y tecnología	4. Museos de Historia y ciencias naturales 5. Museos de ciencia y de tecnología
4. Museos generales	4. Museos para público infantil 5. Otros museos	6. Museos generales 7. Museos especializados 8. Museos regionales 9. Otros museos

Fuente: (Maceira, 2008), (CONACULTA, 2010), (UNESCO, 1992)

Para México fue de suma importancia crear museos que reflejaran su acervo cultural a través de símbolos nacionales, naciendo de esta manera los museos de identidad nacional con un discurso histórico para fomentar el arraigo de lo propio y el sentimiento nacional (DeCarli, 2003). Asimismo, “sin tradición no hay modernidad, y el nacionalismo sólo se entiende si se observan los usos que la modernidad ha hecho del pasado” (Zermeño, 2002).

La ciudad de México se ha convertido en el segundo destino con más museos en el mundo, sólo después de Londres, Inglaterra. Esto representa una ventaja competitiva por su oferta cultural (Páramo, 2014).

El primer museo público creado en nuestro país fue el de “Historia Natural”, inaugurado en 1790 en la Ciudad de México. Su acervo estaba constituido tanto de muestras minerales, de la flora y la

fauna de la Nueva España, como de instrumentos científicos de la época (Fernández, 1988). En los últimos años el número de visitantes a museos se ha incrementado notablemente debido a la gran variedad con que cuenta nuestro país. Según indicadores de Secretaría de Turismo (SECTUR), en febrero del presente año el 91,9% fueron visitantes nacionales y el 8,1% fueron visitantes extranjeros (SECTUR, 2016).

El Estado de Puebla actualmente cuenta con una población de 6.254.597 habitantes, convirtiéndolo en el quinto más poblado del país (CONAPO, 2016). Estratégicamente situado en un valle en el centro oriente del territorio mexicano y rodeado de cuatro importantes volcanes: Popocatepetl, Iztaccíhuatl, Malinche y Citlaltépetl. Puebla de los Ángeles es un auténtico museo de la esencia misma de México al poseer templos, conventos, su situación geografía e historia regional, lo cortesano y lo popular, lo sagrado y lo profano, lo terrenal y lo celestial, por lo que es conocida como "Relicario de América", además de gran belleza monumental y arquitectónica colonial española que le han valido para el nombramiento de "Ciudad Patrimonio Mundial de la Humanidad" en 1987 por la UNESCO debido a sus inmuebles ubicados en el Centro Histórico (VisitMexico, 2016) y su característica particular de ser una cuadrícula rectangular urbana renacentista.

Puebla se considera una ciudad industrial manufacturera, predominando los sectores textil, la fabricación de autopartes y el ensamble de autos, posicionándola como una de las más importantes en estos rubros en el territorio nacional. Asimismo, destaca por ser una ciudad educativa, ofreciendo una amplia oferta de instituciones académicas tanto públicas como privadas a nivel superior (SNIEE, 2014), por lo que está posicionada como la segunda más importante dentro de este sector (El Universal, 2015). De igual manera, se caracteriza por ser católica ya que cuenta con un amplio catálogo de edificaciones, entre los que destacan la iglesia de Santo Domingo (Capilla del Rosario), iglesia de San Francisco (Capilla del Beato San Sebastián de Aparicio), iglesia de Santa Clara, iglesia de Santa Mónica (Señor de las Maravillas) e iglesia de Santa Rosa. Además, es histórica por ser cuatro veces Heroica Puebla de Zaragoza, debido a los importantes acontecimientos ocurridos a lo largo de la historia de México. El primero por haber librado la Batalla del 5 de mayo de 1862 contra el ejército francés, el segundo por el sitio de Puebla del 16 de marzo de 1863, el tercero por la toma de Puebla del 2 de abril de 1867 y el cuarto por la cuna de la Revolución Mexicana del 18 de noviembre de 1910 (Revista Sexenio, 2014). A su vez, se destaca por ser arqueológica, siendo comarca de sitios como la cueva de Texcal cerca del lago Valsequillo, la pirámide de Tlachihualtépetl en Cholula y las ruinas

de la cumbre de Cacaxtla (INAH, 2016). Admirable por ser patronímica culturalmente; en gastronomía fue declarada "Patrimonio Cultural Intangible de la Entidad" por el gobierno del Estado de Puebla en el 2010 (Gobierno del Estado de Puebla, 2010) por su mestizaje entre la cocina europea y la indígena destacando el mole poblano, los chiles en nogada y los dulces típicos. El mismo año la UNESCO consolidó el nombramiento declarando a la gastronomía mexicana como "Patrimonio Inmaterial de la Humanidad" (Secretaría de Cultura, 2010). También es reconocida por albergar a la majestuosa Biblioteca Palafoxiana, declarada como "Memoria del Mundo" dentro del patrimonio documental en el 2005 por ser la primera biblioteca pública de América y por permanecer como testimonio inalterado del legado europeo en América (UNESCO, 2005). Recientemente ha sido nombrada "Ciudad Creativa del Diseño" por la UNESCO en la categoría de diseño, porque fomenta el potencial creativo, social y económico de las colectividades locales para promover la diversidad cultural (UNESCO, 2016). Por último, el estado cuenta con nueve Pueblos Mágicos: Cuetzalan, Zacatlán de las Manzanas, Pahuatlán, Chignahuapan, Tlatlauquitepec, Cholula, Xicotepec de Juárez, Huauchinango y Atlixco, posicionando a Puebla como el primer destino con mayor número de municipios que cuentan con este nombramiento, igualándose con el Estado de México (SECTUR, 2016).

Por otro lado, en cuanto al potencial de su infraestructura turística destacan los rubros hotelero y transporte. La oferta hotelera dispone de 652 hoteles y 19.169 habitaciones, destacando que un 33% del total de los hoteles se encuentra dentro de la capital (SECTUR, 2014). En cuanto al transporte, cuenta con un aeropuerto internacional "Hermanos Serdán", ubicado en el municipio de Huejotzingo, así como una importante Terminal Central de Autobuses de Pasajeros en la Ciudad de Puebla (CAPU), ubicada a 4 km del zócalo, teniendo acceso carretero de entradas y salidas mediante autopistas y carreteras federales (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2015).

Puebla es considerado un destino cultural al caracterizarse en mayor medida por sus atractivos histórico-culturales como templos y ex conventos, haciendas y casas y lo más trascendental, los museos. Por lo anterior, es reconocida a nivel nacional e internacional. En los últimos años, el Gobierno del Estado de Puebla, ha hecho grandes esfuerzos por dar a conocer elementos culturales a través de los museos. Actualmente existen un total de 37 museos, de los cuales 14 de ellos fueron de reciente apertura durante el sexenio político del gobernador Rafael Moreno Valle 2011-2017. Después de haberse realizado una investigación en fuentes electrónicas, se enumeran los principales y más recientes museos ofertados en la ciudad de Puebla. Entre estos se encuentran La Biblioteca Palafoxia-

na, museo del Alfeñique, museo del Arte Religioso (ex Convento de Santa Mónica), museo José Luis Bello y González, museo de la Revolución Mexicana “Casa de los Hermanos Serdán”, museo Regional de Puebla INAH, Centro Cultural (ex convento de Santa Rosa), museo Planetario, museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos, museo Amparo, museo de Arte San Pedro, y museo de sitio “Fuerte de Guadalupe”. Asimismo se enumeran los museos de reciente apertura, tales como el museo Casa del Títere Marionetas Mexicanas, Complejo la Constancia: museo Casa de la Música de Viena, museo Interactivo Infantil de la Constancia (antes Imagina), Puente de Bupas, museo Internacional Barroco, museo Tecnológico de Monterrey, museo Viviente, museo Interactivo Batalla 5 de Mayo, museo del Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos, Tienda Museo “Artesanías de Puebla” (IIDART), museo de la Evolución, Galería Tesoros de la Catedral y museo de la Miniaturas.

METODOLOGÍA

La metodología que se llevó a cabo para realizar este estudio fue bajo un enfoque mixto debido a que en la ciudad de Puebla existe una gran cantidad de museos, y por otra parte son sumamente escasos los estudios documentales y de campo encontrados sobre la evaluación de la calidad en el servicio. Como objetivo general se planteó evaluar la calidad del servicio de los museos en la ciudad de Puebla a través del modelo SERVQUAL. La hipótesis general fue de tipo correlacional, a partir de la cual se plantearon cinco hipótesis particulares englobando las dimensiones incluidas en la escala.

En el enfoque cuantitativo se buscó medir fenómenos sociales y ofrecer una expresión cifrada a los datos analizados a través de métodos estadísticos. A su vez fue explicativo, porque se identificaron y analizaron las causales (variables independientes) y sus resultados, los que se expresan en hechos verificables (variables dependientes). Además es un estudio transversal porque se recolectaron datos en un solo momento, en un tiempo único. Para el enfoque cualitativo se buscó describir datos demográficos generales de los turistas que visitaron los museos.

La técnica utilizada para la investigación cuantitativa fue la encuesta y la entrevista, la cual fue realizada durante el período vacacional de Semana Santa (21 de marzo al 1° de abril de 2016), en los seis museos más representativos de la ciudad de Puebla: Museo Internacional del Barroco, Museo Regional “Casa de Alfeñique”, Museo Amparo, Museo de la Revolución Mexicana “Casa de los Hermanos Serdán”, Museo de sitio “Fuerte de Guadalupe” y Museo de la Evolución. La recolección de los datos se realizó a través de un cuestionario estructurado utilizando 22 ítems, que fueron sistematizados de acuerdo con la escala SERVQUAL, evaluados a través del uso de una escala Likert de 5 puntos (1 = totalmente en desacuerdo a 5 = totalmente de acuerdo). En la aplicación del cuestionario participaron seis estudiantes de la Facultad de Administración de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, que fungieron como entrevistadores. Para validar la fiabilidad de los 22 ítems que conforman el cuestionario se utilizó el coeficiente de alfa de Cronbach, obteniendo un

valor de 0,78 por lo que se consideró aceptable para su aplicación.

Los sujetos de estudio seleccionados fueron los turistas que visitaron la ciudad de Puebla y que hicieron uso de los museos durante el periodo vacacional de Semana Santa. Para determinar el tamaño de la muestra se utilizaron los criterios del 95% de confianza ($z = 1,96$), 5% de margen de error (e

$= 0,05$) y varianza máxima ($p = q = 0,5$) resultando 384 turistas, ajustándose a 390. La técnica cuantitativa estadística que se aplicó para relacionar las variables dependientes y la variable independiente fue el coeficiente de correlación de Pearson y el coeficiente de determinación, los cuales se corrieron a través del programa estadístico Minitab. La tabla 3 muestra la interpretación de los valores y significados de la escala de correlación de Pearson.

TABLA 3. Interpretación de la escala de correlación de Pearson.

Rango del coeficiente	Interpretación
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: (Goviden, 1985)

RESULTADOS

Con el objeto de probar las hipótesis, se procedió a interpretar los resultados obtenidos, los cuales se presentan en la tabla 4.

TABLA 4. Comprobación de las hipótesis

Hipótesis	Coeficiente de correlación de Pearson (p) y coeficiente de determinación (p ²)	Interpretación
<p>H1: Los elementos tangibles (que incluyen instalaciones físicas, equipamientos modernos, apariencia del personal y materiales de comunicación visualmente atractivos) se relacionan positivamente con la satisfacción del usuario conforme al servicio que se ofrece en los museos de la ciudad de Puebla.</p>	<p>p = 0,785 p² = 0,616</p>	<p>La hipótesis sometida a prueba se considera que aporta evidencia a favor, con una "correlación positiva alta".</p>
<p>H2: La fiabilidad (que incluye ofrecer los servicios conforme lo prometido, habilidad e interés en lidiar con los problemas de los clientes, ofrecer el servicio correcto desde la primera vez, ofrecer el servicio en el plazo prometido y no cometer errores) se relaciona positivamente con la satisfacción del usuario conforme al servicio que se ofrece en los museos de la ciudad de Puebla.</p>	<p>p = 0,742 p² = 0,550</p>	<p>La hipótesis sometida a prueba se considera que aporta evidencia a favor, con una "correlación positiva alta".</p>
<p>H3: La capacidad o velocidad de respuesta (conformada por las variables mantener a los clientes informados sobre cuándo será entregado el servicio, prestar una pronta atención a los clientes, disposición para ayudar a los clientes, agilidad en responder a las demandas de los clientes) se relaciona positivamente con la satisfacción del usuario conforme al servicio que se ofrece en los museos de la ciudad de Puebla.</p>	<p>p = 0,810 p² = 0,656</p>	<p>La hipótesis sometida a prueba se considera que aporta evidencia a favor, con una "correlación positiva alta".</p>
<p>H4: La seguridad (conformada por las variables empleados que inspiran confianza, hacer que el cliente se sienta seguro en sus transacciones, cortesía de los empleados, habilidad en los empleados para responder a los cuestionamientos de los clientes) se relaciona positivamente con la satisfacción del usuario conforme al servicio que se ofrece en los museos de la ciudad de Puebla.</p>	<p>p = 0,773 p² = 0,597</p>	<p>La hipótesis sometida a prueba se considera que aporta evidencia a favor, con una "correlación positiva alta".</p>

Hipótesis	Coeficiente de correlación de Pearson (p) y coeficiente de determinación (p ²)	Interpretación
<p>H5: La empatía (conformada por las variables la empresa brinda una atención individualizada a los clientes, proporcionar horarios de atención convenientes a todos los usuarios, demostrar preocupación por los intereses de los clientes, empleados que ofrecen una atención personalizada a los clientes, empleados que entienden las necesidades específicas de los clientes) se relaciona positivamente con la satisfacción del usuario conforme al servicio que se ofrece en los museos de la ciudad de Puebla.</p>	<p>p = 0,690 p² = 0,476</p>	<p>La hipótesis sometida a prueba se considera que aporta evidencia a favor, con una "correlación positiva moderada".</p>

Para el enfoque cualitativo se describieron las siguientes variables demográficas de los 390 turistas entrevistados.

- Edad: de 10 a 19 años (6,7%), de 20 a 29 años (46,7%), de 30 a 39 años (13,4%), de 40 a 49 años (15%), de 50 a 59 años (11,6%), y de 60 a 69 años (6,6%).
- Género: Masculino (41,6%) y femenino (58,4%).
- Lugar de procedencia: De los municipios del Estado de Puebla (30%), de la República Mexicana (67%) y turistas procedentes del extranjero (3%).
- Número de acompañantes: de 0-3 acompañantes (65%), de 4-7 acompañantes (25%) y de 8 a más acompañantes (9,8%).

- Estancia: de 1-5 días (77%), de 6-10 días (20%) y de 11-15 días (3%).

CONCLUSIÓN

La principal conclusión sugiere que la mayoría de los museos de la ciudad de Puebla ofrecen un servicio de alta calidad a los visitantes. Además, una importante contribución de este estudio se refiere a aportar con un inventario actualizado en la ciudad de Puebla como destino turístico. Finalmente, los museos de la ciudad de Puebla ofrecen un muy buen servicio de calidad a sus visitantes, donde los visitantes comentan que se llevan una buena experiencia de haber conocido sus museos.

REFERENCIAS

- Bergman, B., & Klefsjo, B. (1994).** Quality: from customer needs to customer satisfaction. Obtenido de www.revistacultura.com.pe-revista-RCU_25_1_turismo-y-calidad-del-servicio.pdf
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. (Febrero de 1993).** A dynamic process model of service quality: From expectations to behavioral intentions. *Journal of marketing research*, 7-27.
- CONAPO. (2016).** Consejo Nacional de Población. Obtenido de Proyecciones de población de las entidades federativas de México: http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Proyecciones_Datos
- CONAPO. (2016).** Consejo Nacional de Población. Obtenido de Proyecciones de población de las entidades federativas de México: http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Proyecciones_Datos
- Cronin, J., & Taylor, S. (1992).** Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of marketing*.
- DeCarli, G. (julio – diciembre de 2003).** Vigencia de la Nueva Museología en América Latina: Conceptos y modelos. *Revista ABRA de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional*, 22.
- Desarbo, W., Huff, L., Rolandelli, M., & Choi, J. (1994).** On the measurement of perceived service quality: a conjoint analysis approach. *Services quality: new directions in theory and practice*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- El Economista. (16 de Abril de 2015).** México regresa al top 10 de países más visitados. Recuperado el 18 de Mayo de 2016, de <http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/04/16/mexico-regresa-top-10-paises-mas-visitados>
- El Universal. (17 de Febrero de 2015).** Puebla, ciudad ideal para universitarios. Recuperado el 6 de Abril de 2016, de <http://www.unionpuebla.mx/articulo/2015/02/17/educacion/puebla-ciudad-ideal-para-universitarios>
- Fernández, M. (1988).** Historia de los Museos en México. México: Editorial Promotora de Comercialización Directa.
- García, F. (2000).** Una mirada atrás. La formación histórica del concepto de museo. El museo imaginado, 39-62. Recuperado el marzo de 2016, de El museo imaginado, Base de datos y Museo Virtual de la pintura española fuera de España: <http://www.museoimaginado.com/TEXTOS/Museo.pdf>
- Gobierno del Estado de Puebla. (3 de Marzo de 2010).** Patrimonio Cultural Intangible del Estado de Puebla a la Gastronomía Poblana. Obtenido de <http://ojp.puebla.gob.mx/index.php/zoo-items-landing/item/patrimonio-cultural-intangible-del-estado-de-puebla-a-la-gastronomia-poblana>
- Govinden, L. (1985).** Introducción a la Estadística. Colombia: McGraw Hill.
- Hernández. (1992).** Evolución del concepto de museo. (Complutense, Ed.) Obtenido de <http://esferapublica.org/museo.pdf>
- Hernández, M. (6 de Marzo de 2016).** El economista. Recuperado el 17 de Junio de 2016, de <http://eleconomista.com.mx/estados/2016/03/06/puebla-espera-120000-visitantes-semana-santa>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006).** Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill.
- Hervás, R. (2010).** Museos para la inclusión. Estrategias para favorecer experiencias interactivas. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 105- 124.
- Huang, M. (2009).** Using service quality to enhance the perceived quality of the store brands. *Total Quality Management*, 20(2), 241-252.
- ICOM. (24 de agosto de 2007).** Consejo Internacional de Museos. Recuperado el 9 de marzo de 2016, de Definición del Museo: <http://icom.museum/la-vision/definicion-del-museo/L/1/>

- INAH. (21 de Enero de 2016).** Zona Arqueológica de Cholula. Obtenido de <http://www.inah.gob.mx/es/zonas/12-zona-arqueologica-de-cholula>
- Izquierdo, I., Lopez, C., & Prados, L. (2014).** Infancia, museología y arqueología. Reflexiones en torno a los museos arqueológicos y el público infantil. *Archivo de Prehistoria Levantina*, 30, 401-418.
- Labandeira, S. (MARZO de 2016).** Museo: Breve recorrido por la evolución del concepto museo. Obtenido de ASSOCIATED PRESS MEDIA EDITORS: http://www.apme.es/revista/museo13_320.pdf
- Lebrun, A. (2009).** Los museos como eje sostenible del turismo cultural en el Perú. (UniPé, Ed.) *CONSENSUS*, 14(1), 101-112.
- Leinhardt, G. (enero-junio de 2014).** *Revista Colombiana de Psicología. Museos, Conversaciones y Aprendizaje*, 22(1), 35- 56.
- Lewis, B. (1989).** Quality in the service sector: A review. *International Journal of Bank Marketing*, 5(7).
- Linarez, J. (2008).** El museo, la museología y la fuente de información museística. *Revista Acimed*. Recuperado el 10 de marzo de 2016, de <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v17n4/aci05408.pdf>
- Maceira, L. (Mayo - Agosto de 2008).** Saberes para la acción en educación de adultos. Obtenido de Los museos: espacios para la educación de personas jóvenes y adultas: http://tumbi.crefal.edu.mx/decisio/images/pdf/decisio_20/decisio20_saber1.pdf
- Miltenburg, J. (2009).** Setting manufacturing strategy for a company's international manufacturing network. *International Journal of Production Research*, 22(47).
- Mira, J. J., Buil, J. A., Rodríguez, J., & Aranaz, J. (1997).** CALIDAD PERCIBIDA DEL CUIDADO HOSPITALARIO: ADAPTACIÓN DEL SERVQUAL AL HOSPITAL PÚBLICO. Recuperado el 8 de Junio de 2016, de <http://calite-revista.umh.es/indep/web/servqual.pdf>
- Montelongo, Y., Ornelas, C., & Nájera, M. (2010).** Instituto Tecnológico de Aguascalientes, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. *Conciencia Tecnológica* (40). Recuperado el 8 de Junio de 2016, de <file:///C:/Users/Invitado/Downloads/Dialnet-LaCalidadDelServicioDeUnCentroDeInformacion-3664564.pdf>
- Montenegro, J. (2011).** La utilización didáctica del museo hacia una educación integral (1 ed.). Zaragoza, España: Prensas Universitarias. Recuperado el 9 de marzo de 2016
- Morales, V., Hernández, A. M., & Blanco, Á. (2009).** EVALUACIÓN DE LA CALIDAD EN UNIDADES DEPORTIVAS: ADAPTACIÓN DEL MODELO SERVQUAL. *Psicología del deporte*, XVIII(2), 137-150.
- Morales, S. (2003).** *Universidad de Málaga*: Tesis doctoral. Recuperado el 8 de Junio de 2016
- Morán, S. (Enero-diciembre de 2014).** Los museos y el patrimonio histórico militar en la conformación de la identidad nacional. *TEMAS DE HISTORIA ARGENTINA Y AMERICANA*(XXII), 155-174.
- Morillo, M., Morillo, M., & Rivas, D. (2011).** Medición de la calidad del servicio en las instituciones financieras a través de la escala del SERVQUAL. *Contaduría y Administración*(234).
- Navarro, L., & García, H. (2007).** ANTECEDENTES DE UN MUSEO DOCENTE DE MICROBIOLOGÍA Y PARASITOLOGÍA. *INSTITUTO SUPERIOR DE CIENCIAS MÉDICAS "DR. SERAFÍN RUIZ DE ZÁRATE RUIZ" SANTA CLARA, VILLA CLARA*, 1-4.
- Ochoa, G. (Mayo de 2010).** CONACULTA. Obtenido de Indicadores de cultura Los museos en México (primera parte) : http://archivo.estepais.com/site/wp-content/uploads/2010/05/31_ochosandy.pdf
- Páramo, A. (4 de abril de 2014).** DF ocupa segundo lugar turístico con más museos en el mundo. *Excelsior*.
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (1988).** SER-

VQUAL: A multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 1(64).

Revista Sexenio. (23 de Agosto de 2014). Sexenio histórico. Obtenido de Puebla, la cuatro veces heroica: <http://www.sexenio.com.mx/articulo.php?id=51661>

Scheiner, T. (septiembre-diciembre de 2008). El mundo en las manos: museos y museología en la sociedad globalizada. *El mundo en tus manos*(44), 17-36.

Secretaría de Comunicaciones y Transportes. (2015). Obtenido de <http://www.gob.mx/sct>

Secretaría de Cultura. (16 de Noviembre de 2010). Declara UNESCO Patrimonio Inmaterial de la Humanidad a la Cocina Tradicional Mexicana, Los Parachicos en la fiesta de enero en Chiapa de Corzo y la Pirekua, canto del pueblo p'urhepecha. Obtenido de <http://www.cultura.gob.mx/noticias/patrimonio-cultural-arquitectura-y-turismo/9436-declara-unesco-patrimonio-inmaterial-de-la-humanidad-a-la-cocina-tradicional-mexicana-los-parachicos-en-la-fiesta-de-enero-en-chiapa-de-corzo-y-la-pirekua-canto-del-pueblo>

Secretaría de Turismo. (2014). Gobierno de Puebla. Recuperado el 10 de Junio de 2016, de Indicadores básicos de la actividad turística en Puebla año 2014: <http://turismo.puebla.gob.mx/estadisticas-turisticas>

SECTUR. (2014). Indicadores turísticos Puebla. Obtenido de <http://turismo.puebla.gob.mx/estadisticas-turisticas>

SECTUR. (febrero de 2016). DATATUR Análisis Integral del Turismo. Recuperado el 16 de marzo de 2016, de SISTEMA NACIONAL DE LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DEL SECTOR TURISMO DE MÉXICO - DATATUR: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ActividadesCulturales.aspx>

SECTUR. (13 de Enero de 2016). Pueblos Mágicos, herencia que impulsan Turismo. Obtenido de <https://www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos-herencia-que-impulsan-turismo>

cos-herencia-que-impulsan-turismo

SNIEE. (2014). Sistema Nacional de Información Estadística Educativa. Obtenido de Estadística e Indicadores Educativos por Entidad Federativa: http://www.sniesep.gob.mx/descargas/estadistica_e_indicadores/estadistica_e_indicadores_educativos_21PUE.pdf

UNESCO. (febrero de 1992). Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0009/000914/091420sb.pdf>

UNESCO. (2005). Biblioteca Palafoxiana. Obtenido de Patrimonio documental propuesto por México y recomendado para su inclusión en el Registro de la Memoria del Mundo en 2005.: <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/flagship-project-activities/memory-of-the-world/register/full-list-of-registered-heritage/registered-heritage-page-1/biblioteca-palafoxiana/>

UNESCO. (19 de Enero de 2016). Puebla, Ciudad Creativa del Diseño para la UNESCO. Obtenido de http://www.unesco.org/new/en/media-services/single-view/news/puebla_ciudad_creativa_del_diseño_para_la_unesco/#:VvYcaOLhDIX

Valadez, R. (5 de Marzo de 2015). Milenio. Recuperado el 7 de Marzo de 2016, de http://www.milenio.com/negocios/Mexico-recupera-lugar-dentro-turistico-top-ten-OMT-turismo-extranjeros-turistas_0_475152515.html

Varie-Bohan, H. (1979). Los museos en el mundo. Barcelona, España: Salvat Editores.

VisitMexico. (2016). Puebla, Ciudad Patrimonio. Obtenido de <http://www.visitmexico.com/es/ciudad-patrimonio-puebla>

Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1990). Delivering quality service; Balancing customer perceptions and expectations. The Free Press New York. Recuperado el 8 de Junio de 2016

Zermeño, G. (2002). La cultura moderna de la historia. Una aproximación teórica e histográfica de México. México: Colegio de México.

RESEARCH / INVESTIGACIÓN

Elementos del desarrollo local y recursos disponibles para el desarrollo del turismo alternativo en Ocuilan, México

Elements of the local development and resources available to promote alternative tourism in Ocuilan, México

Karen González-Lendizabal¹, Ricardo Farfan-Escalera² & Carlos Perez-Ramírez³.

Resumen: En México existen numerosas localidades rurales donde el turismo podría constituirse en un eje estratégico para el desarrollo local. Tal es el caso de Ocuilan en el Estado de México donde a partir del aprovechamiento recreativo de sus recursos, se podría estimular la dinamización económica y la conservación ambiental de la región. Para que este turismo alternativo se consolide y pueda contribuir al desarrollo local es preciso instrumentar procesos de planificación territorial que favorezcan el aprovechamiento recreativo del medio natural y los elementos culturales, satisfagan las expectativas de los usuarios y mejoren el nivel de vida los residentes. En este trabajo se identificaron los elementos que caracterizan al desarrollo local, los recursos disponibles y los agentes de desarrollo. Con la finalidad de obtener información sobre la percepción del entorno, los recursos naturales y culturales disponibles, y las posibilidades de participación en la oferta de servicios, se aplicó un cuestionario a 139 personas con estancia temporal y transitoria durante los meses de septiembre a diciembre de 2015. Los resultados mostraron una insuficiente infraestructura y equipamiento turístico para dar cobertura a las necesidades de la población, falta de servicios de transporte, y fallas constantes en los servicios de alcantarillado, recolección de residuos, energía eléctrica y telecomunicaciones. Los habitantes indicaron varias ventajas con respecto al turismo, como la mejora de ingresos, generación de empleos y mayor conocimiento de la cultura por parte de los visitantes. La principal conclusión sugiere que en el lugar de estudio existen recursos naturales y culturales con potencial turístico, interés de los actores locales y una afluencia turística considerable en la región, a partir de las cuales se pueden generar estrategias para el turismo alternativo como soporte del desarrollo local.

Palabras clave: Eje estratégico, conservación ambiental, planifi-

cación territorial, recursos naturales y culturales.

Abstract: In Mexico there are many rural locations where tourism could become a strategic axis for local development. Ocuilan in Mexico State is such a case: making recreational use of its resources could galvanize the economy and environmental conservation in the region. For this alternative tourism to be consolidated and contribute to local development, territorial planning processes must be implemented that promote the recreational use of the environment and the cultural elements and that satisfy the users' expectations and improve the residents' standard of living. This study identified the elements that characterize local development, the resources available and the agents of development. In order to obtain data on the perception of the environment, the natural and cultural resources available, and the chances of participating in rendering services, a questionnaire was administered to 139 people with seasonal and temporary stays from September to December, 2015. The results showed an insufficient infrastructure and tourist facilities to cover the needs of the population, a lack of transportation services, and constant failures in the sewage, rubbish collection, electrical energy and telecommunications systems. The inhabitants indicated several advantages with respect to tourism, such as increased income, job creation and visitors' improved knowledge of the culture. The main conclusion suggests that there are natural and cultural resources with tourism potential, interest from the local actors and a considerable flow of tourists in the region, from which strategies for alternative tourism can be produced as support for local development.

Key words: Strategic axis, environmental conservation, territorial planning, natural and cultural resources.

(Presentado: 19 de mayo de 2016. Aceptado: 15 de junio de 2016)

¹ Licenciada en Planeación Territorial por la Universidad Autónoma del Estado de México. Facultad de Planeación Urbana y Regional. México. kargonzalezl91@gmail.com

² Maestro en Ciencias Ambientales. Profesor investigador de la Facultad de Planeación Urbana y Regional de la Universidad Autónoma del Estado de México. México. ricfares@gmail.com

³ Doctor en Ciencias Ambientales. Profesor investigador de la Facultad de Planeación Urbana y Regional de la Universidad Autónoma del Estado de México. México. rs.capr@gmail.com

INTRODUCCIÓN

La complejidad ambiental, enmarcada por la interrelación entre los procesos sociales y territoriales, constituye un argumento central para la delineación de estrategias que promuevan el desarrollo local acorde a las especificidades físicas y socioculturales. Para ello, la planificación territorial deberá avanzar en la adecuada integración de los diferentes recursos que conforman un espacio determinado, con la finalidad de impulsar el equilibrio entre la conservación, adecuado aprovechamiento de los recursos y el mejoramiento en las condiciones de vida de la población local, como una condición necesaria para alcanzar la justicia y el uso racional de los recursos presentes (Mantero, 2004). En este sentido, el aprovechamiento recreativo de los recursos naturales y culturales, puede ser considerado una alternativa económica y para la conservación ambiental, en espacios rurales que enfrentan profundas problemáticas ambientales, a partir del desplazamiento de corrientes de visitantes, atraídos por los elementos biofísicos, las manifestaciones de arte, técnica, folklore, hitos de la historia entre otros elementos culturales, tangibles e intangibles (Rivero, 2001).

Diversos autores han abordado la temática del turismo rural como estrategia para el desarrollo local, con múltiples enfoques y orientaciones disímiles. Por un lado destacan aportaciones inspiradas en polos de crecimiento y otros enfoques relacionados con la dinámica del modelo económico imperante.

Tal es el caso de Varisco (2007) que reconoce al cluster turístico como elemento fundamental para la delineación de acciones que permitan incrementar y mejorar la competitividad de los destinos. De la misma forma plantea la importancia de la innovación, aglomeraciones productivas y la asociación de procesos turísticos, que permitan la dinamización económico local (Varisco, 2008). Sin embargo, existen otras perspectivas de análisis sobre el turismo y el desarrollo local, que destacan una posición alternativa de la actividad tendiente al fortalecimiento de las capacidades productivas locales y el adecuado aprovechamiento de los recursos. En este sentido, Solari y Pérez (2005), destacan el capital social como elemento fundamental de este proceso, en tanto Hernández y Rosas (2010), identifican al turismo alternativo como estrategia para la revalorización económica de los espacios rurales. Bringas y González (2004) marcan la importancia de la relación entre el desarrollo local turismo, alternativo y sustentabilidad, para dar respuesta a las demandas de las localidades a partir de mecanismos y acciones por parte de las autoridades correspondientes y una correcta coordinación entre los distintos actores relacionados.

A partir de esta esta segunda perspectiva es posible reconocer la coyuntura del turismo rural como soporte de los procesos de desarrollo local, en particular para aquellas localidades que poseen significati-

vos recursos naturales y culturales susceptibles de aprovechamiento turístico, así como una dinámica participación de los actores locales, en la definición de un proyecto común de desarrollo.

En México existen numerosas localidades rurales, que pudieran impulsar el turismo como estrategia para el desarrollo local, cuyo territorio comprende elementos significativos elementos biofísicos y representaciones culturales únicas. Tal es el caso de Ocuilan en el Estado de México, donde a partir del aprovechamiento recreativo de sus recursos, se podría estimular la dinamización económica y la conservación ambiental de la región. En el municipio de Ocuilan destacan recursos naturales como el árbol del Ahuehuete, Parque Estatal Tlatucapa, cascadas El Obraje y cascadas de Acalhuca, en tanto que como recursos culturales es posible identificar la Unidad Cultural Ocuilan, Templo del Señor del Calvario, las fiestas religiosas, así como el Santuario del Señor de Chalma, considerado uno de los centros religiosos de mayor importancia en el país, que recibe anualmente cerca de 3 millones de peregrinos. Dicha afluencia de turistas y visitantes pudieran representar una valiosa oportunidad para el desarrollo de la actividad turística en la región. Sin embargo en la actualidad no se han formulado iniciativas concretas que consoliden al turismo como soporte del desarrollo local a largo plazo, incluso genera repercusiones negativas para el entorno físico y social, así como para infraestruc-

tura y equipamiento urbano existente. Frente a esta problemática, el trabajo tuvo como objetivo general analizar los alcances y limitaciones para el desarrollo local en el municipio de Ocuilan, a partir del aprovechamiento turístico de los recursos naturales y culturales, con la finalidad de impulsar la conservación ambiental y el mejoramiento en las condiciones de vida de la población. Para alcanzar dicho propósito, el trabajo retoma las aportaciones de Albuquerque (2004) respecto a los elementos que caracterizan al desarrollo local, considerando los objetivos del desarrollo local y los recursos disponibles, considerando físicos territoriales, infraestructura, recursos humanos, económicos y financieros, tecnológicos, sociales y culturales, e incluso la identificación de los agentes de desarrollo.

CARACTERIZACIÓN DEL MUNICIPIO DE OCUILAN

El municipio de Ocuilan se localiza dentro de la región VI del Estado de México, en la porción sureste del Estado y colinda con los Municipios de Tianguis-tenco al norte, Joquicingo, Tenancingo y Malinalco al oeste, así como con el Estado de Morelos al sur y al este, contando con las siguientes coordenadas geográficas extremas: latitud norte 19° 08' 09", latitud norte 18° 52' 31", longitud oeste 99° 16' 25", longitud oeste 99° 30' 08" (H. Ayuntamiento, 2009) (mapa 1).

MAPA 1. Regiones del Estado de México.

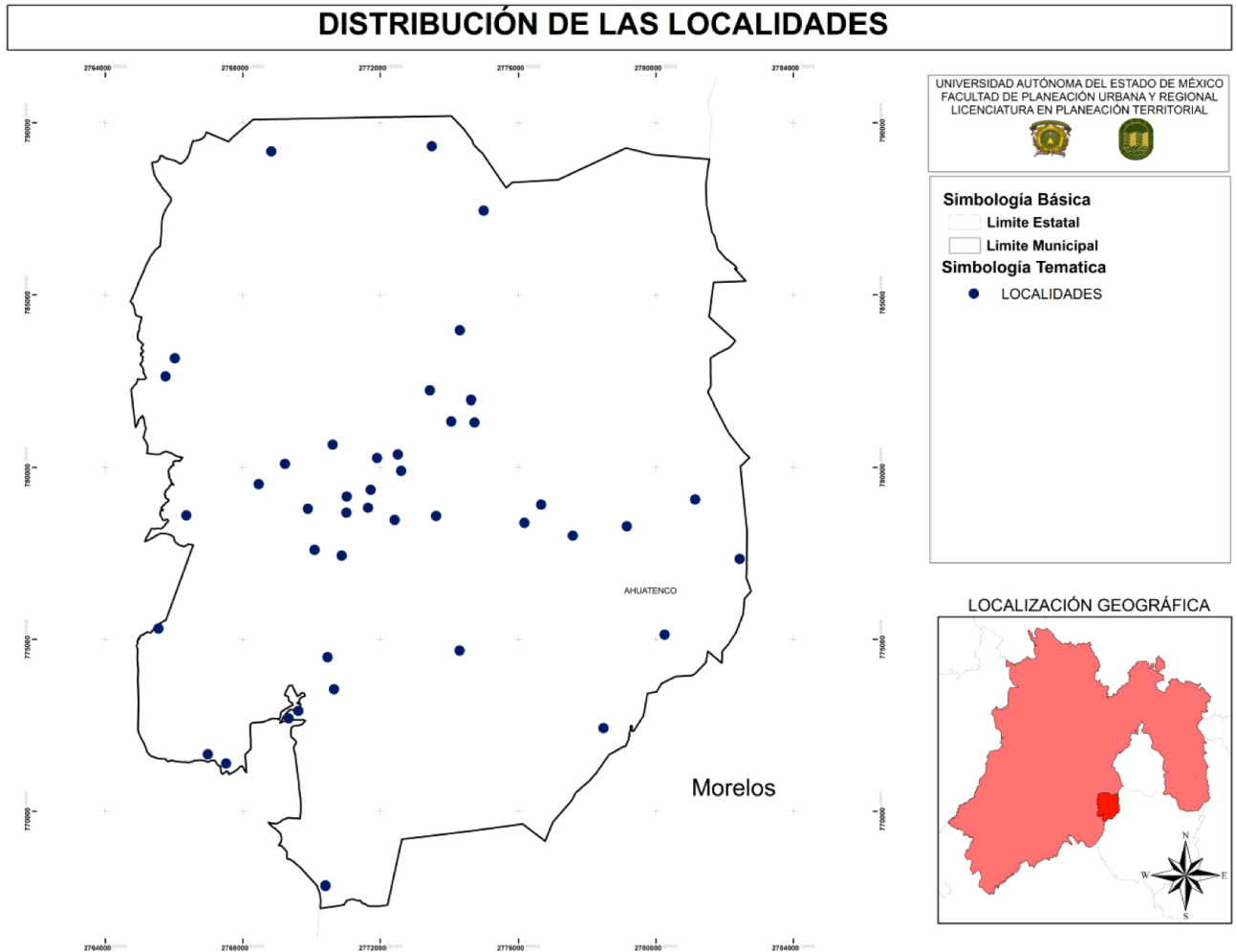


Fuente: Elaboración propia en base a INEGI (2010) y Gobierno del Estado de México (2014).

Para el municipio los usos del suelo son principalmente de tipo forestal (65,6%), agrícola (16,7%) y pecuario (11,8%). El uso urbano sólo representa el 0,4 %, lo cual es considerado un porcentaje muy bajo, razón por la cual se considera a Ocuilan como

un municipio eminentemente rural. El municipio cuenta con una superficie de 34.484 hectáreas donde coexisten 43 localidades, contando como Cabecera Municipal Ocuilan de Arteaga (H. Ayuntamiento, 2009) (mapa 2).

MAPA 2. Distribución de las localidades.



Fuente: Elaboración propia en base a INEGI, 2010.

El municipio cuenta con vialidades regionales como la carretera que une los municipios de Santiago Tianguistenco al norte, Ocuilan y Malinalco al sur, pasando por las comunidades de Coyoltepec, Santa Martha, Santa Lucia, Dr. Gustavo Baz, Santa Mónica,

El Puente, Ocuilan de Arteaga, El Ahuehuate, La Cañada, Plaza Nueva, Chalma y San Isidro, siguiendo hacia el municipio de Malinalco. Otra vialidad regional que ingresa al municipio por el poniente, proveniente de los municipios de Joquicingo y Malinalco,

en la comunidad de Santa Cruz Tezontepec, pasando por Reforma Agraria, Santa Mónica a entroncar con la carretera Tianguistenco – Ocuilan y continuando hacia el sur a Chalma y Malinalco. En Santa Martha está la desviación hacia la carretera Ocuilan – Cuernavaca, pasando por las lagunas de Zempoala. Existe otro tramo carretero hacia el oriente del municipio que une las localidades de Tepetzingo, Pastoría, Las Trojes, San José El Totoc y El Capulín, hasta donde esta pavimentado, continuará hasta comunicar con el Estado de Morelos.

Aun cuando las localidades se encuentran dispersas, se puede considerar que los caminos que las comunican tienen condiciones regulares, excepto hacia las comunidades de San Isidro Amola y La Lagunita. Existen asentamientos humanos que afectan al tráfico vehicular, principalmente en El Ahuehuate y en las cercanías al Santuario de Chalma, en Plaza Nueva y en sus proximidades, donde se encuentra una zona de curvas peligrosas por falta de visibilidad.

Respecto a las características sociodemográficas, la población del municipio asciende a 31.803 habitantes, con una densidad de población 100,48 habitantes/km². Destaca la limitada población de origen indígena que reside en el municipio, que equivale a 835 personas. Denominada tlahuica, también llamada atzinca o ocuilteco, en alusión al idioma indígena que persiste en la localidad de San Juan Atzingo, y está afiliada al grupo otopame de la familia lingüística otomangueana y con afinidad a la lengua matlat-

zinca. Respecto a la escolaridad, el grado promedio de estudios de los habitantes del municipio equivale a seis años cursados en educación básica, lo que indica que la población no cuenta con un grado mayor de profesionalización. Así mismo, el municipio tiene un índice de marginación de 0,02625 equivalente a un grado medio, con relación a la población analfabeta, sin primaria completa y carencia de bienes y servicios en las viviendas (INEGI, 2010; CONAPO, 2011, Álvarez y Reyes, 2006).

El desarrollo económico de Ocuilan está relacionado al sector primario, principalmente la agricultura, seguida de la pecuaria y en menor medida la acuicultura y la forestal, ésta última a pesar de sus recursos naturales. El segundo sector económico relevante corresponde al sector terciario, concentrado principalmente en el comercio y después en los servicios, aunque sin presencia del subsector financiero, toda vez que Ocuilan no cuenta con ninguna sucursal de la banca comercial en su territorio municipal. Finalmente, el sector secundario es último en importancia, pues el municipio cuenta con una limitada actividad manufacturera y de construcción ocasional asociada generalmente a obra pública gubernamental.

Respecto a las formas de organización, a pesar que la población mantiene sus instituciones locales representadas por la autoridad municipal (cabecera municipal) o las autoridades agrarias, existe una limitada participación de la población en las actividades so-

ciopolíticas. Se ha dado continuidad a la articulación social, mediante la celebración de actos cívicos y religiosos, así como actividades de colaboración mutua en faenas para la realización de obras en beneficio colectivo, pero también se han incrementado los conflictos y disputas sociales al interior de las localidades y frente a otros núcleos urbanos.

DESARROLLO LOCAL Y TURISMO ALTERNATIVO

Para Czerny y Guszlewicz (2011) el concepto de desarrollo local, como una forma específica del desarrollo socio económico territorial, apareció a fines de la década de los años 70 del siglo XX, cuando en los países desarrollados de Europa Occidental comenzó la crisis de la política regional y la imposibilidad de resolver de manera adecuada los problemas cotidianos y de carácter complejo de las sociedades locales. El ineludible cuestionamiento de las dimensiones sociopolíticas del desarrollo, la función y el papel del Estado y la importancia de la autogestión para promover actividades económicas locales, permitió delinear una perspectiva distinta del orden territorial y del desarrollo regional, en la cual la toma de decisiones e incentivos a favor del proceso de desarrollo de las comunidades y municipios, asume una posición central. Entre los factores tangibles más importantes para el desarrollo local, de acuerdo con Paryseck (citado en Czerny y Guszlewicz, 2011), destacan la situación geográfica, rasgos de topografía y recursos naturales de la región, acceso a la infraestructura social eficiente (base educativa, científico-investigativa,

cultural, jurídico administrativa y de la salud), acceso a la infraestructura técnica eficaz (red de transporte terrestre adecuada red de telecomunicaciones, red electro-energética, red de agua), al igual que los recursos humanos (mercado de trabajo) y la estructura sectorial del mercado, en estos también los tamaños y tipos de la propiedad de las empresas. Con relación a los factores intangibles destacan la intensidad, diversidad y cualidad de las actitudes ambientales, innovaciones y del progreso técnico (participación de la sociedad en las actividades públicas), así como la existencia de un sentimiento del patrimonio local, la conciencia de la identidad ciudadana expresada en la sociedad local frente a la región (territorio donde vive), así como la actividad y el aprovechamiento del potencial para el desarrollo local (Paryseck, citado en Czerny y Guszlewicz, 2011).

Por su parte Lozano (2007) destaca como factores a considerar para el desarrollo local: a) territorio relevante, que permita la formación de asociaciones, encaminadas hacia proyectos comunes; b) escala de tiempo, identificando el plazo en que la estrategia será aplicada; c) compromiso y responsabilidades, para pre-evaluar los proyectos identificando su estructura y considerando su viabilidad; d) grupo de planificación, relacionado con los actores de desarrollo responsables de la estrategia, recursos, experiencia y credibilidad entre la comunica local para cumplir con sus tareas; e) examen estratégico, a través de un análisis de las fortalezas y debilidades del área, incluyendo una revisión de recursos natu-

rales, infraestructura física, tendencia poblacional, entre otros, así como los factores cualitativos, habilidades técnicas, disponibilidad de recursos, innovación y cultura empresarial; f) capacidades de los individuos, organizaciones y agentes de desarrollo, mediante el incremento de las habilidades, formas de organización, vínculos entre organizaciones, flexibilidad y adaptación; g) participación local, basada en el conocimiento, experiencia y entusiasmo de actores y mecanismos de base; así como h) monitoreo, evaluación, seguimiento y ampliación de la estrategia, a partir de las lecciones y experiencias aprendidas. De esta forma el desarrollo local, si bien refiere a un nivel territorial con una extensión pequeña, como puede ser un municipio o de una microrregión, comprende múltiples elementos políticos, económicos, socioculturales y de relación con del entorno, que toma como base el aprovechamiento de los recursos disponibles en el sitio, para impulsar la conservación ambiental y el bienestar social de un determinado territorio (Vázquez, 2001). Incluso para Albuquerque (2004), representa forma alternativa al tipo de desarrollo concentrador y excluyente predominante, el cual se basa esencialmente en un enfoque vertical de “arriba-abajo” en la toma de decisiones.

En la actualidad una de las actividades económicas de mayor relevancia para el impulso al desarrollo local se refiere a la prestación de servicios turísticos, debido a la importante generación de beneficios económicos que conlleva, además por considerarse un sector productivo que no preci-

sa la explotación intensiva de los recursos para su desarrollo (Saavedra et. al., 2004; Millán y López, 2006). Si bien el turismo, de acuerdo con su origen y su carácter masivo, es conocido como turismo de sol y playa, con sensibles repercusiones en el entorno económico, social y físico en donde son desarrollada, se ha planteado un modelo alternativo de turismo, que pretende favorecer el adecuado aprovechamiento de los recursos y la generación de beneficios directos para las poblaciones residentes. En este sentido, el turismo alternativo es delineado por el interés de conocer recursos naturales que destacan por su singularidad, así como los repertorios culturales de los propios actores locales (Rivero, 2001). Dicho turismo pretende consolidarse como una modalidad distinta al turismo convencional o masivo, pues tiene interés en conocer la oferta natural y cultural que pueden ofrecer los destinos, con una mínima intervención en el entorno. Para que este turismo alternativo se consolide y pueda representar una verdadera estrategia para el desarrollo local, es preciso instrumentar procesos de planificación territorial, que favorezcan el adecuado aprovechamiento recreativo del medio natural y los elementos culturales, satisfagan las expectativas de los usuarios y mejore el nivel de vida los residentes. Para este proceso es fundamental el fortalecimiento de la participación local, a través de las organizaciones sociales, políticas y económicas locales, destacando la realización del interés social y colectivo, por encima de los beneficios individuales (Vargas, 2006).

METODOLOGÍA

El desarrollo local es un proceso en el cual los diferentes actores de un territorio determinado actúan simultáneamente para la correcta implementación de las estrategias a seguir, es por ello que el éxito esperado, se encuentra ligado principalmente a las potencialidades y al aprovechamiento adecuado de los recursos que un territorio ofrece a su población, así como la definición de metas y objetivos, encaminados a un proyecto con beneficios comunes. Con la finalidad de avanzar en el análisis de los alcances y limitaciones para el desarrollo local en el municipio de Ocui-lan, a partir del aprovechamiento turístico de los recursos naturales y culturales, fue necesario retomar las aportaciones de Albuquerque (2004) y llevar a cabo una serie de etapas de investigación documental y de campo que se precisan en el siguiente apartado. Se retoman las aportaciones de Albuquerque (2004), respecto a los elementos que caracterizan al desarrollo local, considerando:

- **Los objetivos del desarrollo local:** debe cumplir con el mejoramiento del empleo y calidad de vida de la población; así como elevar la equidad social, a través de la promoción de las actividades empresariales innovadoras; así como la transformación del sistema productivo local incrementando su eficiencia y competitividad.
- **Los recursos disponibles:**
 - **Físicos territoriales:** situación geográfica, clima, orografía, recursos naturales disponibles, características ambientales.
 - **Infraestructura:** dividida en económica (transporte, abastecimiento de agua y energía, suelo y edificios industriales); social (educación, investigación en desarrollo, salud y cultura) y ambiental (recogida de basura, tratamiento y reciclaje de residuos sólidos y aguas, cuidado de parques y reforestación y proyección al medio ambiente en general.
 - **Humanos:** considerados como un factor decisivo en las iniciativas de desarrollo local, los datos a conocer de este recurso son la edad, género y pirámide de edad, niveles de actividad y composición de la fuerza de trabajo, mercado de trabajo, empleo por actividades productivas, tipo y calidad de relaciones laborales.
 - **Económicos y financieros:** unidades encargadas de organizar los factores productivos, como las empresas ya sean públicas o privadas, pues son piezas fundamentales en el logro del crecimiento económico y la generación de empleo.
 - **Tecnológicos:** se refiere a la velocidad de la difusión tecnológica y el esfuerzo inno-

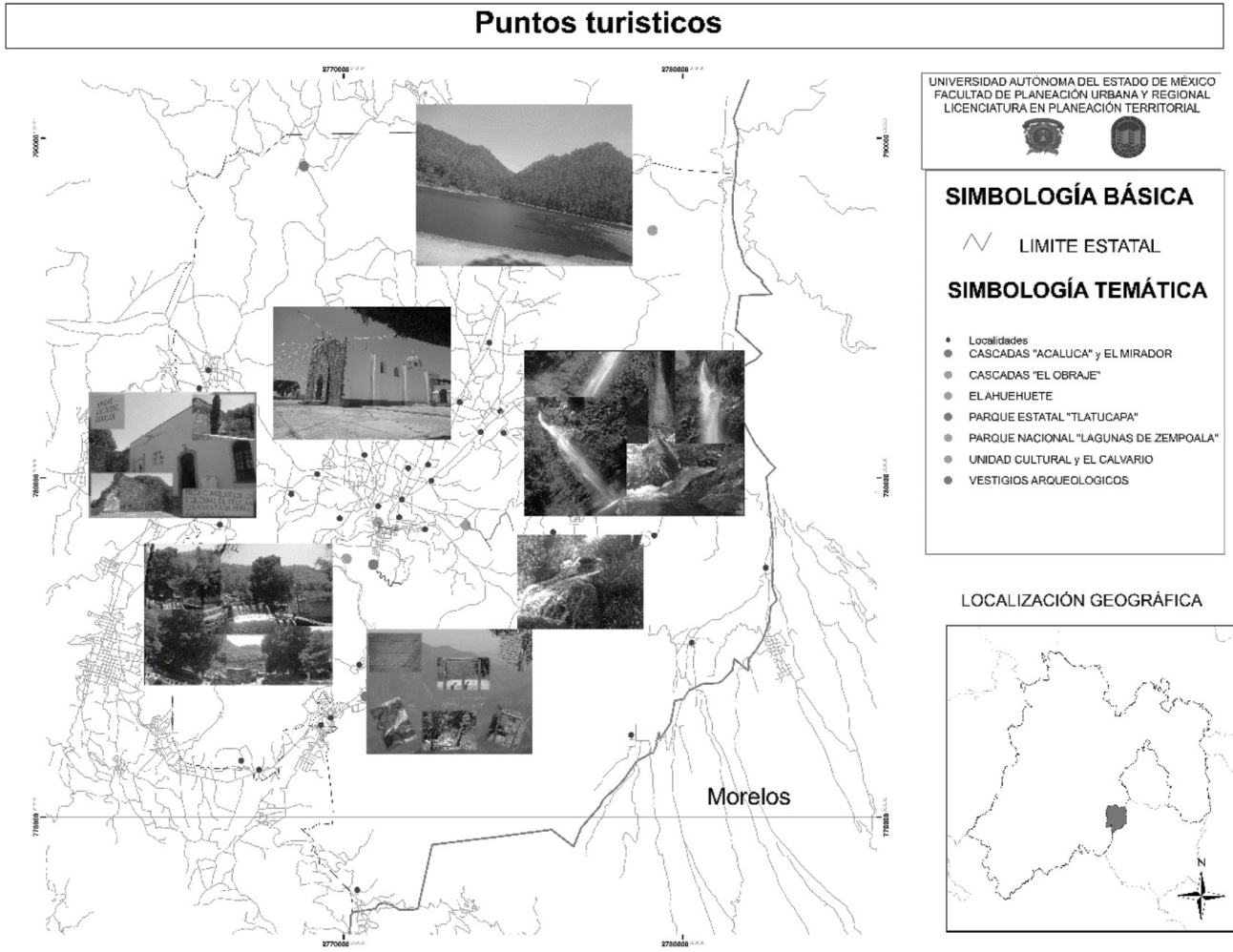
vador del tejido socioeconómico, puesto que la generación de nuevas tecnologías constituyen pilares del desarrollo, siendo el acceso a la información y la investigación factores estratégicos de éxito empresarial.

- Sociales y culturales: aquí se señala el nivel de organización y articulación social, hábitos de convivencia social, uso y aprendizaje de la lengua propia, existencia de líderes y elites culturales, económicas o políticas.
- Los agentes de desarrollo: la administración municipal, las agencias de desarrollo local, empresas locales, universidades, centros de investigación y desarrollo, encargados de la promoción económica territorial, de la cualificación de los recursos humanos y la atención al ciudadano.

A partir de estos elementos teóricos se diseñaron las etapas de investigación documental y de campo.

Respecto a la investigación de campo, que permitió conocer información directa sobre el lugar de estudio, fue necesario el diseño, prueba y validación de diversos instrumentos, como una cédula de identificación de recursos naturales y culturales, así como cuestionarios dirigidos a la población local y visitantes en la región, que permitieron conocer sus opiniones respecto al desarrollo local y el turismo en el municipio. La cédula de identificación se diseñó con la finalidad de valorar el potencial turístico de los recursos naturales y culturales, a partir del nombre, tipo de recurso (natural y cultural), localización, acondicionamiento, actividades practicables, conservación del entorno, facilidad de uso, acceso a servicios públicos municipales, servicios turísticos, cercanos así como la jerarquización del recurso. Se procedió a realizar un total de siete cédulas de identificación: tres referentes a los recursos culturales (Unidad Cultural Ocuilan, Templo del Señor del Calvario y Fiestas Patronales); así como cuatro cédulas de recursos naturales (árbol del Ahuehuete, Parque Estatal Tlatucapa, cascadas El Obraje, cascadas de Acalhuca) (mapa 3).

MAPA 3. Puntos turísticos.



Fuente: Elaboración propia en base a INEGI, 2010.

El instrumento enfocado a los visitantes tuvo como finalidad recabar información sobre la percepción del entorno durante el trayecto y estadía en el mismo, así como para la elaboración de una propuesta de actividad turística que contribuya al desarrollo local. Se aplicaron 139 cuestionarios durante los meses de septiembre a diciembre de 2015, principalmente en la localidad de Chalma, pues representa el lugar con mayor presencia de personas con estancia temporal y transitoria por el territorio municipal, aunque también en otras localidades como El Ahuehuate, Santa Martha, Santa Mónica, Santa Lucía y la cabecera municipal.

Respecto al cuestionario aplicado a los residentes del municipio, tuvo la finalidad recabar información sobre la percepción de su entorno, los recursos naturales y culturales con los que cuenta, su opinión respecto al turismo, y las posibilidades de participación en la oferta de servicios, con el fin elaborar una propuesta de aprovechamiento recreativo de los recursos que incentive y fortalezca el desarrollo local. Se aplicaron 138 cuestionarios durante el periodo comprendido de octubre de 2015 a enero de 2016, a partir de la segmentación en cinco regiones que abarcaron las siguientes localidades: a) Norte: La Esperanza, Coyoltepec, Santa Martha, Santa Lucía, San Juan Atzingo, Dr. Gustavo Baz, Loma de Teocaltzingo y Santa María Nativitas; b) Sur: La Lagunita, San Isidro, Los Manantiales, Pueblo Nuevo, Plaza Nueva, Chal-

mita; c) Centro: cabecera municipal, Santa María, San Sebastián, Santa Mónica, El Puente; d) Oeste: Ahuatenco, Mexicapa, Tlatempa, El Capulin, Tlaltizapan y e) Este: Tezontepec, El Picacho, La Ciénega, Reforma Agraria, 5 Caminos.

RESULTADOS

Como principales hallazgos de la investigación se identificó y valoró la potencialidad turística de diversos recursos naturales y culturales del municipio de Ocuilan. Destaca la localización del municipio y el considerable número de visitantes que recibe en la actualidad, que si bien se desplazan con fines religiosos, su tránsito por el territorio posibilitaría el desarrollo de productos turísticos alternativos que contribuyan al desarrollo local. Además, dispone de significativos recursos naturales y culturales propicios para el desarrollo del turismo. Sin embargo, no son aprovechados adecuadamente y se están generando diversos problemas asociados con la inadecuada gestión de residuos sólidos, la contaminación del suelo y los cuerpos de agua. Del mismo modo la infraestructura y equipamiento turístico no es suficiente para dar cobertura a las necesidades de la población, y por lo tanto, para atender a la corriente de turistas y visitantes. Se carece de un servicio de transporte, se registran fallas constantes en los servicios de alcantarillado, recolección de residuos, energía eléctrica y telecomunicaciones. A

pesar que se cuenta con algunas instituciones de educación y salud, no tienen cobertura para toda la población, por lo que se desplaza hacia los municipios colindantes.

Respecto a la perspectiva y conocimiento de los visitantes sobre los puntos turísticos del municipio, destaca el "Ahuehuate" con el 47%, parque de "Tlatucapa" equivalente el 24%, las cascada de Acalhuca y el Obraje con el 15%, en tanto que otros importantes recursos son menos conocidos por los usuarios potenciales: Lagunas de Zempoala 7%, y los vestigios arqueológicos en la comunidad de la Esperanza y Chalmita, las cuales no se encuentran bajo protección por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y son de difícil accesos, equivalente también al 7%. En cuestión a las actividades realizadas el 43% concuerdan en que la religión los motivo, el 35% realiza actividades al aire libre, al 4% los estimula la gastronomía de la región, 12% considera actividades recreativas en tanto que el 6% no considera que exista algún tipo de actividad a realizar en la región. El turismo tiene ventajas para la región, pero el 22% considera que también puede generar efectos adversos, a partir de la generación de residuos 44%, inseguridad 21%, alteración de los bosques 19%. Respecto a la difusión del municipio como destino turístico, el 65 % considera que no existe difusión alguna o que es deficiente.

Por otra parte los habitantes consideran varias ventajas con respecto al turismo en las cuales se incluyen la mejora de ingresos, ya que algunos comerciantes de fin de semana, principalmente en Chalma, el Ahuehuate y las lagunas de Zempoala, reportan incrementos en los ingresos por la venta de sus productos. Al mismo tiempo, se reconoce la generación de empleos para estudiantes de fin de semana y que el turismo puede promover un mayor entendimiento de la cultura por parte de los visitantes. No obstante se reconoce que la actividad también puede propiciar desventajas con la generación de basura, alteración de los bosques y la inseguridad principalmente. Las limitaciones que enfrenta la población para el impulso del turismo, se dirigen a la falta de programas, apoyos y capacitación por parte del sector público, lo que detiene la propia dinamización económica del municipio, al impulsarlo como destino del turismo alternativo y no sólo como espacio de tránsito hacia el santuario de Chalma.

Considerando los recursos identificados con potencial turístico dentro del territorio, así como las perspectivas de turistas, visitantes y población local, es posible realizar un análisis situacional del turismo alternativo, a partir de la identificación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el cual se integren los valores internos y externos para el desarrollo de la actividad.

TABLA 1. Análisis situacional del turismo alternativo en Ocuilan

Factor	Implicación
Fortalezas	
<ul style="list-style-type: none"> • 65% del territorio del municipio corresponde a área forestal, lo que constituye un paisaje natural atractivo para los visitantes. • En el municipio existen dos Áreas Naturales Protegidas, una de carácter federal (Parque Nacional Lagunas de Zempoala, decretado en 1936) y otra de carácter estatal (Parque Estatal Tlatucapa, decretado en 2014). • Cuenta con importantes recursos naturales como cascadas derivadas por la topografía. • Cuenta con significativos recursos culturales, desde elementos arquitectónicos (casa de cultura, biblioteca, santuarios religiosos del siglo XVI), hasta la conservación de rasgos culturales (Cultura tlahuica, representada por 803 habitantes, fiestas, costumbres e incluso alimentación tradicional). 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe un crecimiento en el número de turistas y visitantes, con el interés de visitar espacios naturales para la realización de actividades recreativas de contacto con la naturaleza, por lo que el municipio de Ocuilan podría ser el destino a partir de los recursos naturales con los que cuenta. • Los elementos culturales con los que cuenta el municipio, sin duda podrían incidir en la formulación de iniciativas turísticas, que contribuyan no solo a la dinamización económica municipal, si no al propio fortalecimiento de la identidad de la población.
Oportunidades	
<ul style="list-style-type: none"> • Cercanía con Chalma, que constituye uno de los destinos religiosos más importantes del país, con una asistencia estimada de 1,5 millones de personas al año. • Conectividad vial adecuada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento de flujo de visitantes del santuario como posibles turistas de Ocuilan. • La existencia de diversas vialidades permite un dinámico desplazamiento dentro del territorio municipal.
Debilidades	
<ul style="list-style-type: none"> • El municipio cuenta con limitada infraestructura turística, pues solo registra tres establecimientos de hospedaje y muy pocas empresas se dedican a la oferta de alimentos y bebidas. 	<ul style="list-style-type: none"> • La limitada cobertura de infraestructura turística genera que la estadía de los visitantes sea menor. • Debido al inadecuado manejo de los residuos se genera una imagen inconveniente hacia los visitantes.

Factor	Implicación
<ul style="list-style-type: none">• Deficiente servicio de recolección de residuos sólidos municipales, así como un manejo inadecuado por parte de la población y visitantes.• Inadecuada cobertura de transporte público, debido a que no existe una línea directa a la cabecera municipal, y los visitantes tienen que transbordar para acceder a los puntos de interés turístico.	<ul style="list-style-type: none">• Si bien gran parte de los visitantes al municipio llegan en vehículo particular o como parte de una peregrinación religiosa, el incremento en la cobertura de transporte público podría impulsar la consolidación de la actividad.
Amenazas	
<ul style="list-style-type: none">• Persistencia de condiciones de pobreza y marginación dentro de la población.• Condiciones de violencia e inseguridad en puntos de entrada.	<ul style="list-style-type: none">• Las dificultades económicas inciden en la intensificación de procesos migratorios con fines laborales fuera del municipio.• Frena el flujo de visitantes, limitando las posibilidades de desarrollo

Fuente: Elaboración propia.

Aunque la llegada de un turismo masivo de carácter religioso al municipio ha propiciado la incorporación de la población a la prestación de servicios turísticos, así como la generación de ingresos económicos, la actividad no ha favorecido la transformación del sistema productivo local, por lo que persisten diversas problemáticas socio territoriales. Sin embargo, existen importantes factores que pueden soportar la construcción un proceso de desarrollo local a partir del turismo alternativo, destacando la existencia de recursos naturales y culturales con potencial turístico, la considerable afluencia turística actual y potencial, así como el interés y la participación positiva

por parte la población, como actores protagónicos para el aprovechamiento recreativo de sus recursos, con énfasis en la distribución ampliada de los beneficios generados. A partir del análisis realizado es posible formular estrategias de aprovechamiento turístico que permitan dinamizar la actividad económica e impulsar el desarrollo local, para ello se ha destacado la importancia de la población como actor protagónico en la delineación y puesta en marcha de iniciativas turísticas que puedan soportar el proceso de desarrollo local. De esta forma es fundamental comenzar con acciones encaminadas a fortalecer el conocimiento de la población, respecto a la diversidad

de recursos naturales y culturales con los que cuenta, al igual que estrategias para la conservación y adecuado aprovechamiento de los mismos, mediante el desarrollo de talleres y pláticas a niveles básicos de educación y a la población en general.

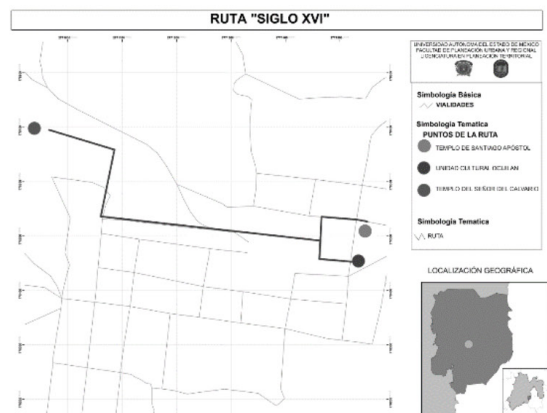
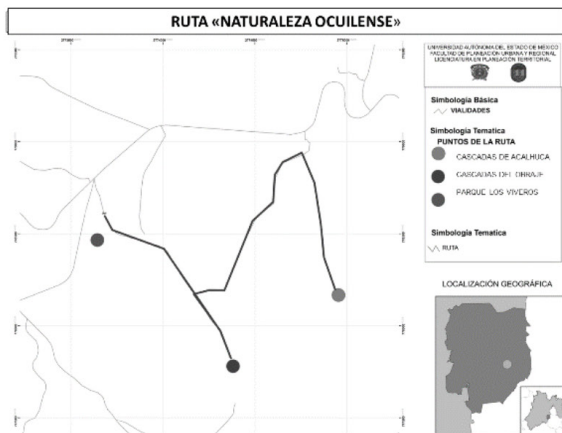
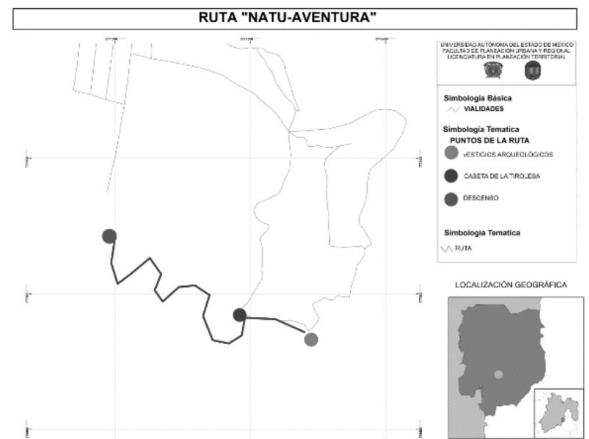
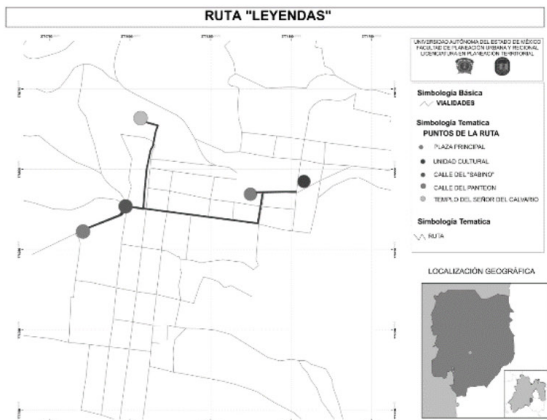
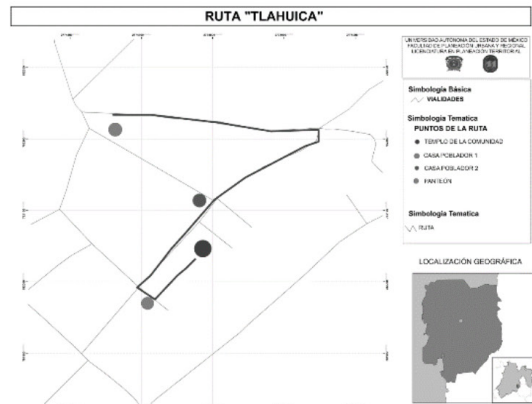
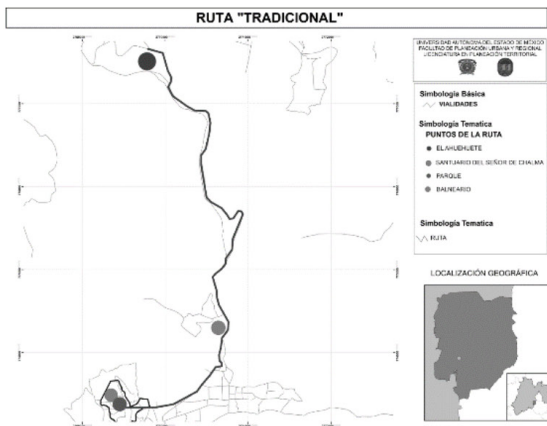
Por otro lado es posible la implementación de diversas rutas en las cuales se da a conocer a los visitantes el entorno y la importancia que representa la conservación y adecuado aprovechamiento de los recursos naturales y culturales (mapa 4).

- Ruta Siglo XVI: destacando la importancia de las tradiciones y costumbres de la población, visitando la Parroquia de Santiago Apóstol-Ex convento agustino, Unidad cultural, Templo del Señor del Calvario.
- Ruta naturaleza ocuilence: recorrido por los recursos naturales de mayor trascendencia del municipio como las Cascadas de Acalhuca, Cascadas del Obraje

y Parque los Viveros.

- Ruta Natu- aventura: a partir de la realización de actividades como senderismo, rappel y en el parque Tlatucapa.
- Ruta Tlahuica: con la finalidad de conocer las costumbres de la cultura Tlahuica que prevalece en la comunidad de San Juan Atzingo, visitando el templo de la comunidad, ofrenda tradicional y panteón local.
- Ruta leyendas: recorrido por las calles del centro en la cabecera municipal y la comunidad de Santa María, en las que se destacan las leyendas tradicionales escenificadas por actores locales.
- Ruta tradicional: visitando el árbol del Ahuehuate para rescatar parte de su historia así como el Santuario del Señor de Chalma, parque de la comunidad de Chalma y balneario en la comunidad de La Cañada.

MAPA 4. Rutas turísticas.



Fuente: Elaboración propia en base a INEGI, 2010.

Para el desarrollo y consolidación de estas estrategias, es preciso avanzar en la delineación de un proceso de planificación del desarrollo local desde la perspectiva estratégica, que considere el análisis de los recursos existentes, definición de estrategias, diseño de un plan de actuación, selección y gestión de proyectos, así como el control y evaluación a corto, mediano y largo plazo. Además, si bien existen grupos de pequeños empresarios, profesionistas y jóvenes interesados en el desarrollo del municipio, es importante vincular y dar seguimiento las iniciativas existentes, con el respaldo de otros actores sociales, que permitan dar solución a problemáticas existentes y definir un proyecto común de desarrollo local, donde la actividad turística puede contribuir al cumplimiento de los objetivos establecidos.

CONCLUSIONES

El desarrollo local constituye un proceso estructurado e interrelacionado de las perspectivas físicas, económicas, socioculturales y políticas, a través del cual se puede alcanzar la conservación ambiental y el adecuado aprovechamiento de los recursos, además consolidar iniciativas locales que estimulen el bienestar social. Por esta razón, el desarrollo local concreta una acción integral emprendida por los actores sociales, con el fin de desarrollar el territorio local a través de la valorización y aprovechamiento de sus recursos. En el marco de la integralidad del desarrollo local, es posible referir al turismo como una oportunidad de desarrollo, en donde se integren los actores sociales en las estrategias y beneficios que genere la actividad. En el caso del municipio de Ocuilan, a partir de la lle-

gada de una importante corriente de turistas y visitantes, es posible impulsar la actividad como estrategia para el desarrollo local, mediante el adecuado aprovechamiento turístico de los recursos naturales y culturales, la plena participación de la población local como actor protagónico y destinataria de los beneficios generados para el mejoramiento de sus condiciones de vida. Si bien actualmente no existe un objetivo claro para el desarrollo local, soportado en un método de la planificación estratégica, existen de importantes recursos naturales y culturales con potencial turístico, el interés de los propios actores locales en el desarrollo de la actividad con la pretensión de generar alternativas económicas, así como la presencia de una considerable afluencia turística en la región, constituyen elementos que pueden impulsar la generación de estrategias para el impulso del turismo alternativo, con la intención de favorecer la conservación ambiental y mejorar las condiciones de vida.

REFERENCIAS

- Alburquerque, F. (2004)** Desarrollo Económico Local y Descentralización en América Latina, Revista de la CEPAL No. 82
- Álvarez, F. y Reyes L. (2006)** Tlahuicas. Pueblos indígenas del México contemporáneo México: CDI.,40 pp.
- Bringas, N. y González, I. (2004)** El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local en dos

comunidades indígenas de Baja California. Economía, Sociedad y Territorio, núm. enero-junio, pp. 551-590.

Czerny, M. y Guszlewicz, M (2011) El desarrollo local y la función de la cultura local en Hoyos. G, Czerny, M, y Cadena, E. (coord.) (2011) Territorios expuestos y procesos culturales, Centro de Investigación en Estudios Avanzados en Planeación Territorial, UAEM, Toluca, México.

Consejo Nacional de Población, CONAPO (2011) Índice de marginación 2011.

H. Ayuntamiento De Ocuilan, (2009) Plan de Desarrollo Municipal.

H. Ayuntamiento De Ocuilan, (2012) Plan de Desarrollo Municipal.

Hernández Ramírez, N. y Rosas Roa, J. (2010) Ecoturismo e infraestructura vial como detonante de la economía local, caso de estudio: Villa del Carbón, 2009. Quivera, 12(2) 37-57. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40115676003>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI, (2010), Cartas topográficas del Estado de México.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía,

INEGI, (2010), Censo de población y vivienda 2010.

Lozano U, K. (2007) El desarrollo local como método de análisis: los claroscuros de su complejidad, en Rosales, R. (coord.) Desarrollo local: teoría y practicas socio territoriales, México: grupo editorial Miguel Ángel Porrúa- UAM.

Mantero, J. C. (2004) Desarrollo local y actividad turística, Aportes y transferencias, año 8 vol. I Universidad Nacional del Mar de Plata, Argentina pp. 11-38.

Millán V. G. y López G., (2006) El turismo rural como agente económico: desarrollo y distribución de la renta en la zona de Priego, Córdoba, CIREC-España, revista de Economía Publica, Social y Cooperativa, agosto número 055, centro internacional de investigación e información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa. Valencia, España. Pp. 167-192.

Monterrubio, J. (2011) Turismo tu cambio sociocultural: una perspectiva conceptual, Plaza y Valdés editores, Toluca, México.

Rivero, B. (2001) El ejemplo turístico en el espacio rural de Misiones (Argentina), en Cebrián, A. (coord.) Turismo cultural y desarrollo sostenible: análisis de áreas patrimoniales, Universidad De Murcia, Argentina pp. 181-198.

Saavedra, E., Durán E. y Durandal C. (2004). Promoción turística: una llave para el desarrollo de Chuquisaca, La paz: fundación PIEB, Bolivia.

SECTUR (2014) Secretaria de Turismo, portal disponible en: <http://www.sectur.gob.mx> Consultado agosto 2014.

Solari Vicente, A. y Pérez Morales, M. (2005). Desarrollo local y turismo: relaciones, desavenencias y enfoques. *Economía y Sociedad*, X (16) 49-64. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=51001603>.

Vargas-C, J. A. (2006) El Desarrollo Local en el Contexto de la Globalización, Instituto Nacional de Administración Pública, Toluca estado de México.

Varisco, C. (2007) Iniciativas de desarrollo local y fomento del clúster turístico. *Aportes y Transferencias*, Vol. 11, Núm. 1, pp. 31-42. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/276/27611103.pdf>

Varisco, C. (2008) Turismo y desarrollo económico local, *Aportes y Transferencias*, vol. 12, núm. 1, 2008, pp. 126-148 Universidad Nacional de Mar del Plata Argentina. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/276/27615334007.pdf>

Vázquez B, A. (comp) (2001), Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local, Homo Sapiens Ediciones, Rosario, Argentina.

Perfil del turista que visita los emprendimientos de turismo de naturaleza en la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza-Ecuador.

Profile of the tourist who visits the nature tourism ventures in the city of Puyo, Pastaza Province, Ecuador

Víctor Hugo del Corral Villarroel¹, Angélica Mejía² & Luis Fermín Atamaenda³.

Resumen: En los últimos años se ha incrementado la actividad turística en varios países, explicado en gran parte por el creciente interés en el denominado "turismo orientado a la naturaleza". Este último incluye el turismo natural, turismo comunitario, turismo cultural, de aventura y el agroturismo. En este contexto adquiere especial relevancia dentro de la industria turística el conocimiento de la demanda turística. En esta investigación se estudió el perfil de la demanda turística de la modalidad "turismo de naturaleza" en la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza-Ecuador. La metodología incluyó indicadores como género, edad, nivel de educación, motivo de viaje, recomendaciones del lugar, y medios publicitarios para la visita hacia tres emprendimientos de turismo de naturaleza: Jardín Botánico Las Orquídeas, Parque Etnobotánico Omaere, y Cavernas de Fátima. Se aplicó una metodología de investigación de carácter descriptiva, exploratoria y bibliográfica, analizadas cualitativa y cuantitativamente mediante la ficha de recopilación de información e información secundaria. Se trabajó con información del feriado de Semana Santa 2016 considerando una muestra de 67 turistas. Un 52% de los visitantes corresponden al género masculino, las edades corresponden fluctúan entre 26 a 36 años (53,7%) y entre 37 a 46 años (25,4%), la mayoría son turistas nacionales (79,1%) de las provincias de Tungurahua y Pichincha, la mayor cantidad de los visitantes tienen un nivel académico de tercer nivel (60,1%). El principal motivo fue por realizar turismo (85,1%), y la totalidad de los visitantes conocieron los emprendimientos de turismo de naturaleza a través de Internet. Una importante conclusión es que en los tres emprendimientos incluidos en el estudio es necesario realizar publicidad en diferentes medios de comunicación.

Palabras clave: Turismo natural y comunitario, turismo cultural y de aventura, demanda turística, publicidad.

Abstract: In recent years, tourism has increased in several countries, explained in large part by the growing interest in so-called "nature tourism". This includes nature tourism, community tourism, cultural tourism, adventure tourism and agritourism. In this context, knowledge of the tourism demand acquires special relevance within the tourism industry. In this study, a profile of the demand for "nature tourism" in Puyo, Pastaza, Ecuador was examined. The methodology included indicators like gender, age, education level, reason for traveling, recommendations of the place, and advertising media for visiting three nature tourism ventures: Las Orquídeas Botanical Gardens, Omaere Ethnobotanical Park and the Fatima Caves. A descriptive, exploratory and bibliographical research methodology was applied, analyzed qualitatively and quantitatively using the recorded data and secondary information. Information from Easter Week 2016 was used, with a sample of 67 tourists. 52% of the visitors were male, the ages ranged between 26 and 36 years (53.7%) and between 37 and 46 years (25.4%), most were national tourists (79.1%) from the provinces of Tungurahua and Pichincha, and the largest number of visitors had tertiary level education (60.1%). The main reason for travel was tourism (85.1%), and all the visitors learned about the nature tourism ventures through the Internet. One important conclusion is that in the three ventures studied, different means of communication are needed for advertising.

Key words: Natural and community tourism, cultural tourism and adventure tourism, tourism demand, advertising.

(Presentado: 02 de junio de 2016. Aceptado: 29 de junio de 2016)

¹ Candidato a Doctor (PhD) en Ciencias Económicas Especialización Turismo Universidad de la Habana, Cuba. Docente de la Universidad Estatal Amazónica. Ecuador. vdelcorral@uea.edu.ec

² Docente de la Universidad Estatal Amazónica. Ecuador. angelina8714@hotmail.com

³ Docente de la Universidad Estatal Amazónica. Ecuador. atamaendaluis15@hotmail.com

INTRODUCCIÓN

En los últimos años se ha incrementado la actividad turística en varios países del mundo, observándose un alto interés por el denominado turista orientado a la naturaleza (turismo natural, turismo comunitario, turismo cultural, de aventura y el agroturismo). El turismo a nivel mundial ha contribuido con el desarrollo sustentable, generando conciencia de la conservación de los recursos naturales y culturales. Además toda la información de cada lugar turístico debe ser actualizada, tal como la referida a publicidad y promoción, para que el turista pueda obtener una información correcta y por ende, le permita organizar su viaje de manera planificada (Acosta Llerena, 2014). Ecuador tiene una posición privilegiada para desarrollar turismo, ya que cuenta con una vasta e inigualable riqueza natural y cultural, formando parte de los 17 países mega diversos, siendo además el mayor país con biodiversidad por kilómetro cuadrado del mundo, haciendo énfasis en el slogan "All you need is Ecuador" (todo lo que necesitas es Ecuador), con miras a posicionar al país como destino turístico de clase mundial (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2014).

El cantón Pastaza es una de las seis Provincias de la región amazónica ecuatoriana y la más extensa, con alrededor de 29.800 km² de territorio y con sus cantones Pastaza, Mera, Arajuno y Santa Clara. Posee atractivos turísticos naturales como ríos, montañas, cascadas, flora y fauna endémica, y es rica a nivel cultural ya que existen siete nacionalidades indígenas que son Achuar, Andwa, Shuar, Kichwa, Shiwiar, Waorani, y Zapara. Estas comunidades indígenas han habitado en la selva amazónica desde hace milenios, sus formas de vida, su gastronomía, música, danza y además de sus variado lenguaje, las convierte en verdaderos atractivos antropológicos para turistas nacionales y extranjeros (GAD Provincial de Pastaza, 2008). Pastaza cuenta con un paisaje y belleza natural, brindando las mejores opciones a los visitantes que deseen explorar y formar parte del encanto natural y cultural. Cuenta con varios proyectos turísticos y ecológicos, además el cantón cuenta con un museo, parques temáticos, paseos ecológicos, miradores, piscina de olas artificiales, diques, además de lugares para la práctica de deportes de aventura

destacándose las actividades de kayak, rafting, canopy y canyoning (GAD de Cantón Pastaza, 2015). Puyo proviene del vocablo kichwa puyo que significa neblina. La ciudad de Puyo es la cabecera de cantón y capital de la provincia de Pastaza. Se caracteriza por su riqueza natural en que se encuentra rodeada, tales como ríos, montañas, bosques primarios y miradores. Para ecostravel.com "Puyo se ha convertido en la ciudad más turística de la amazonía ecuatoriana". El principal río que la recorre es el río Pastaza, siendo navegable hasta su desembocadura en el río Amazonas. Se pueden realizar caminatas, en la que se puede jugar con largos bejucos para ir de un lado a otro, cruzar puentes colgantes o tarabitas, y oler el típico aroma de la tupida vegetación (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2015). El número de establecimientos de turismo en Pastaza ha tenido una evolución muy importante en los últimos años, pasando de menos de 50 el año 2009 a más de 250 el año 2013.

La competencia de los estamentos que forman la Supraestructura Turística de la provincia y cantón presentan un bajo cumplimiento, por su limitado presupuesto o por escasez de información para la toma de decisiones. Se reconoce al sistema turístico como el eje de la regulación, esto es el correcto desarrollo del sector. Bajo ese criterio la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2013) indica que parte importante es la demanda turística, la cual es primordial conocerla para orientar de mejor manera el producto turístico. En ese sentido, y al percibir como determinante la inexistencia de información se propone el estudio del "Perfil de la demanda turística" de una modalidad muy importante de la Amazonía, como es el turismo de naturaleza.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Para algunas personas el emprendimiento es considerado un concepto nuevo; sin embargo, esta característica como tal siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad (Jaramillo, 2008). El emprendimiento es una capacidad de los seres humanos para salir adelante de

manera novedosa y con ideas renovadas. Ser emprendedor requiere de habilidades no solo a nivel individual, sino también colectivo. Una de las razones por las cuales este término se ha convertido en importante durante la última década es el resurgimiento de la manera como se han manejado las situaciones económicas y cómo éstas han sido superadas con nuevas ideas. La palabra emprendimiento viene del francés *entrepreneur* que significa pionero; se refiere a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta. También es utilizada para la persona que inicia una nueva empresa o proyecto. Este término se atribuyó a aquellas personas que fueron innovadoras o agregaban valor a un producto ya existente. Por lo tanto, la acepción que se tomó es la que se refiere a la aptitud y actitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos, que va más allá, que le permite dar un paso más. Una persona emprendedora es capaz de aprovechar las situaciones de insatisfacción, los momentos de rutina, de poco crecimiento personal y laboral para desencadenar situaciones de satisfacciones, nuevos logros. Una de las características de este tipo de personas es que siempre están en constante búsqueda de cambios, de dar soluciones a los problemas y siempre se les miden a nuevos retos.

Turismo de naturaleza

El turismo de naturaleza es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente, promoviendo la conservación de la naturaleza y los ecosistemas existentes, realizando actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través de la interacción con la misma. Esta actividad provee a las comunidades receptoras del medio para una mejora en la calidad de vida buscando incentivar un desarrollo sustentable (Secretaría de fomento turístico de México, 2012). El concepto de turismo de naturaleza surge en octubre del 2005, como producto de una discusión en el ámbito internacional respecto a la pertinencia de mantener el término turismo alternativo como sinónimo de experiencias turísticas-recreativas basadas en el disfrute del capital ambien-

tal e histórico-cultural (Vargas, 2010). En dicha reunión los asistentes concordaron usar el término turismo de naturaleza para definir "aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y con las expresiones culturales de un lugar con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales". Los proyectos de turismo de naturaleza deben ser ecológicamente viables, económicamente rentables, tecnológicamente viables, y social y culturalmente aceptables. El turismo de naturaleza tiene diversas manifestaciones entre las que se encuentran el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural (Sectur, 2007: 31). Desde la perspectiva social, el turismo de naturaleza pretende motivar el esparcimiento a través de un reencuentro con la naturaleza, difundir la preservación de tradiciones y costumbres a fin de reforzar la identidad nacional y promover el arraigo territorial. Respecto al medio ambiente, el turismo de naturaleza pretende promover el uso alternativo y la preservación de los recursos naturales, contribuir al desarrollo de una cultura de cuidado y protección de las áreas naturales entre turistas, comunidades y empresarios (Sectur, 2007:32).

Demanda turística

Se define como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar. La demanda turística comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos. La demanda está directamente relacionada con la toma de decisiones que los individuos realizan en la planificación de sus actividades de ocio, cuando se trata de viajes de recreación y familiares o bien de sus

ocupaciones profesionales, cuando se trata de viajes de negocios. Ésta se ve afectada, positiva y negativamente, por factores tales como las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, y de seguridad, además de factores propios del mercado (derivados de su relación con la oferta), como el conocimiento de la oferta y el desarrollo de productos turísticos (Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica, 2013).

Producto turístico

En algunos casos, el término “producto turístico” es confundido con otros conceptos a los cuales se les da un significado similar, tales como patrimonio turístico, oferta turística, o recurso turístico. El producto turístico integra tanto los recursos, como la oferta y el patrimonio, pero es algo más. La definición que recoge Miguel Ángel Acerenza sobre el producto turístico sería la siguiente: “Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos las expectativas del turista, es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso” Todos estos elementos que conforman el producto turístico se resumen en recursos turísticos, infraestructuras, y empresas y servicios turísticos. Los recursos turísticos pueden ser relacionados con la naturaleza, con la historia, o con la cultura viva del destino turístico (Manuel, 2013).

Perfil de turista

Según la teoría de Plog (1988) en toda sociedad hay un centro que representa el nexo carismático de sus valores morales supremos. Plog divide a los turistas en diferentes perfiles. Los turistas alocéntricos son aventureros que prefieren viajar a zonas poco turísticas para conocer nuevas culturas y nuevos lugares donde se tiene que utilizar el avión para el desplazamiento. Los psicocéntricos son turistas más familiares que no se alejan de su lugar de residencia ya que utilizan el desplazamiento terrestre para

viajar, estos turistas optan por un alojamiento de clase media-alta. Los turistas midcéntricos son el resto de los turistas que combinan tanto el psicentrismo como el alocentrismo (Psicología Social del Turismo, s.f.).

Mercado turístico

Se define como mercado turístico la confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos. Además de incluir los elementos, medios, actividades y flujos de interacción, diseñados para facilitar el intercambio de las propuestas de los oferentes y la satisfacción de las necesidades de los consumidores. El mercado turístico, por lo tanto, es el sector económico que engloba a todas las empresas que conciben, producen y comercializan productos y servicios vinculados a los viajes, ya sean con fines de recreación, negocios, estudios o cualquier otro motivo, y los consumidores al que éstos se dirigen (Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica, 2013).

Oferta turística

Comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes. De acuerdo a la Secretaría de Turismo de México (2002), en la oferta participan el medio ambiente y tres grupos de actores, que en términos generales son los prestadores de servicios, las comunidades locales y las autoridades competentes. El medio ambiente provee los recursos naturales; cada región o localidad puede brindar una gran variedad de recursos dependiendo de sus condiciones geográficas y de la naturaleza. Por su parte, los prestadores de servicios ofrecen las instalaciones de alojamiento, alimentación y servicios de esparcimiento y recreación; es decir, proporcionan los servicios turísticos básicos y los atractivos artificiales. Los habitantes de las localidades tienen un doble papel ya que aportan la riqueza cultural y los recursos humanos para la prestación de los servicios turísticos. La oferta turística engloba muchos elementos que deben de manejarse de manera integral (Covarrubias Ramírez, 2015).

METODOLOGÍA

Este estudio corresponde a una investigación descriptiva porque se basa en un tipo de pensamiento deductivo que se enmarca de lo general a lo particular, utilizando la recolección de datos y análisis para responder las preguntas de investigación y probar la hipótesis planteada. Además para identificar el "Perfil del turista que visita los emprendimientos de turismo de naturaleza en los alrededores de la ciudad Puyo". Se realizó una visita a las oficinas y departamentos encargados del turismo, esto es el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del cantón Pastaza y el GAD Provincial de Pastaza (Departamento de Turismo). Se aplicaron fichas de recopilación de información primaria, con respecto a los temas de interés del estudio. Se recopiló información secundaria de páginas Web de entidades competentes, tesis, revistas y artículos científicos para establecer los resultados con respecto al estado del arte del sector turístico en su componente demanda publicada en los últimos cinco años.

Los datos recogidos en la ficha fueron tabulados utilizando Microsoft Excel y se procesaron estadísticamente. Las variables en su mayoría eran cualitativas, excepto la edad que fue codificada en intervalos de edades en cuatro categorías (15-25; 26-36; 37-46; 47 años en adelante). Se utilizaron técnicas descriptivas como gráficos de barras, de pastel y tablas de frecuencias. Se realizó tabulación cruzada para analizar la relación entre dos variables cualitativas. Además se analizaron diferentes cantidades y porcentajes. Los datos fueron procesados utilizando el software estadístico IBM SPSS v.22. El procesamiento estadístico fue realizado en el Observatorio Estadístico-Matemático de la Universidad Estatal Amazónica.

Se recopiló información en las principales entidades de la supraestructura turística para la obtención y análisis de los datos provenientes del correo electrónico. Se visitaron tres emprendimientos de turismo de naturaleza: Parque Etnobotánico Omaere, Jardín Botánico Las Orquídeas, y Cavernas de Fátima, ubicados alrededor de la ciudad de Puyo, para la recopilación de información mediante las fichas de recopilación de datos acerca de ingreso de turista durante el feriado de Semana Santa 2016, lo que permitió determinar el perfil de turista tanto nacional y como extranjero. La ficha

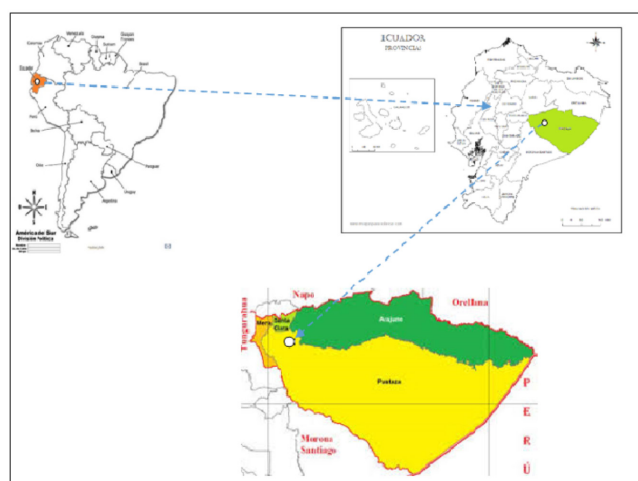
de recopilación de información fue aplicada a una muestra de 67 turistas. En el Jardín Botánico Las Orquídeas se recopiló información de 37 turistas, en el Parque Etnobotánico Omaere se recopilaron 26 fichas, y en la cueva de Fátima se aplicaron cuatro fichas acerca de ingreso de turistas. Las fichas fueron aplicadas por cuatro investigadores debidamente entrenados.

RESULTADOS

Análisis descriptivo de los atractivos turísticos

La investigación se realizó en los alrededores de la ciudad de Puyo, cabecera del cantón Pastaza y capital de la provincia de Pastaza. Es una de las ciudades más importantes de la Amazonía ecuatoriana. Fue fundada el 12 de mayo de 1899, según el Censo de Población 2010. La ciudad tiene 33.557 habitantes. Los emprendimientos de turismo de naturaleza seleccionados ubicados alrededor de la ciudad de Puyo fueron Jardín Botánico Las Orquídeas, Parque Etnobotánico Omaere y Cavernas de Fátima.

FIGURA 1. Mapa de la ubicación del cantón Pastaza



Fuente: Google Maps

La selección y características de los emprendimientos de turismo de naturaleza en la ciudad de Puyo objeto de investigación se presentan en la tabla 2.

TABLA 1. Resumen de emprendimientos de turismo de naturaleza

Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Jardín Botánico las Orquídeas	Manifestación cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Jardín Botánico
Parque Etnobotánico Omaere	Manifestación cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Jardín Etnobotánico
Cavernas de Fátima	Sitio natural	Fenómeno Espeleológicos	Caverna

Fuente: Datos de la investigación

FOTO 1. Entrada al Jardín Botánico las Orquídeas



Jardín Botánico las Orquídeas

Sin considerar el tiempo ni el esfuerzo se adquiere un terreno con pasto destinado para construir un Centro de Rescate de Flora Amazónica, con la posibilidad de rescatar principalmente especies de flora que se encuentran amenazadas y en peligro de extinción, y el proceso por el cual se formó un modelo de conservación. Al desaparecer pau-

latinamente el pasto y plantar árboles se observó que la tierra no les permitió crecer, ya que sólo existió arcilla (barro), característico en esta zona; luego de varias pruebas e investigaciones se decidió recuperar la capa vegetal con desechos orgánicos como el aserrín, bagazo, y gallinaza, logrando contar con un suelo fértil que permitió el desarrollo de las especies plantadas en este lugar. En un espacio de 6,75 hectáreas es posible sentir, admirar y encontrar, la más diversa variedad de flora amazónica del Ecuador, tales como: árboles maderables, orquídeas, plantas medicinales, alimenticias, ornamentales y artesanales que utilizan las diferentes nacionalidades para su vestuario o atuendos, como colorantes vegetales, semillas y fibras, etc. Desde el año 1980 se rescata flora en diferentes lugares de la amazonía, buscando bosques que ya han sido destruidos por la explotación maderera. Debido a haber creado un pequeño ecosistema con esta flora especial se tiene como resultado la restauración de la cadena trófica o alimenticia con la gran diversidad de animales que han encontrado en este espacio su lugar preferido para alimentarse, algunos de visita y otros para vivir. También se observa el fortalecimiento y creación de humedales siendo los hábitats para diferentes especies acuáticas (Centro de Rescate de la Flora Amazonica "Jardín Botánico Las Orquídeas", s.f.). En este sitio existen 300 especies de orquídeas, 100 especies ma-

derables, 38 especies de heliconias, plantas medicinales y comestibles. El Jardín está haciendo una labor de rescate lo que quiere decir que irán aumentado las especies (GAD provincial de Pastaza, 2009). Algunas de las orquídeas que se observan en el Jardín Botánico Las Orquídeas han sido recolectadas en diferentes lugares de la amazonía y cuidadosamente tratadas para lograr su adaptación en el Jardín. Entre las especies de orquídeas recolectadas en Pastaza tenemos: *Chaubardia heteroclita*, *Maxillaria striata*, *Maxillaria sanderiana*, *Maxillaria sanderiana*, *Maxillaria fractiflexa*, *Stanhopea impresa*, *Comparettia falcata*, *Brassia lonngissima*, entre otras, aproximadamente 2 hectáreas han sido dedicadas para el cultivo de anturios (GAD provincial de Pastaza, 2009).

El Jardín Botánico las Orquídeas sirve también para el servicio educativo, turístico, y pedagógico, que consolida la interpretación ambiental de la amazonía que se refleja en variedades de plantas dentro del Jardín Botánico, la guía especializada hace que la visita a este lugar sea una experiencia enriquecedora para los amantes de la botánica como para los que quieren empezar a entender mejor el mundo vegetal. El Jardín busca alternativas sustentables de cultivo y poder compartir con la comunidad los conocimientos adquiridos a través de esta práctica. De la misma manera, impulsa la educación ambiental, la conservación de los recursos naturales, y la investigación científica de la flora amazónica. Actualmente se encuentra en proceso de recuperación y se sigue reforestando con especies nativas de la zona (GAD provincial de Pastaza, 2009). El Jardín incluye las siguientes facilidades o servicios turísticos: Observación de especies vegetales endémicas, observación de aves, observación de producción de peces y caracoles, observación de productos agrícolas cultivados con técnicas alternativas, investigación científica de flora, agua potable, energía eléctrica y alcantarillado. Este atractivo se ubica a una altitud de 890 m.s.n.m. El Jardín se encuentra ubicado a 3 km al sur-este de la ciudad del Puyo, en la vía a San Jacinto-Barrio Los Ángeles. En vehículo se puede acceder desde la ciudad de Puyo, tomando la vía Macas por 1 km, después de la estación de bomberos en el barrio La Merced gire a la derecha, siga 1 km hasta el barrio Los Ángeles, gire a la derecha nuevamente y siga los letreros que dice "Jardín Botánico las Orquídeas". O bien en urba-

no, en el centro de la ciudad de Puyo tome el urbano de la ruta #2, al frente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco, ubicado en las calles Atahualpa y 27 de febrero. Los urbanos están disponibles cada 25 minutos, la tarifa es \$0,30 y el recorrido dura 20 minutos.

FOTO 2. Entrada al Parque Etnobotánico Omaere



Jardín Botánico las Orquídeas

Según (GAD de cantón Pastaza, 2015), Omaere significa "naturaleza de la selva" en el idioma nativo Waorani. Este área protegida privada se ubica en el Barrio Obrero de Puyo. El parque fue creado a partir de 1993 por la Fundación Omaere con la misión de salvaguardar especies de plantas importantes para las culturas amazónicas y difundir estas culturas. El parque presenta una muy respetable colección de plantas, arbustos y árboles tradicionales usados por las culturas de la selva. El parque es eminentemente étnico y botánico, por esta razón se hallan aquí muchas plantas nativas que han sido usadas por los indígenas de la jungla ama-

zónica para curarse de sus dolencias por milenios. Este interés surgió debido a que un gran porcentaje de las medicinas tradicionales de las nacionalidades indígenas amazónicas se han probado efectivas aun en la curación de enfermedades complicadas como la malaria, dolores abdominales, musculares, etc. El objetivo es promover la conservación de los recursos florísticos del bosque húmedo tropical y revalorizar las culturas indígenas de la amazonía ecuatoriana, además ha estado trabajando en programas de educación ambiental en las diferentes escuelas de la ciudad. Debido a los recursos turísticos existentes en este atractivo se realiza actividades como: observación de flora silvestre y sus usos, observación de las construcciones típicas de las culturas de Pastaza, educación ambiental, investigación científica sobre botánica (GAD Pastaza, 2012). Se puede visitar el centro y ser guiado generalmente por personas nativos que le explicarán sus costumbres y tradiciones. Así se podrá conocer de manera clara y precisa las formas de vida de las nacionalidades Shuar y Waorani. Podrá ingresar en casas típicas y mirar los implementos utilizados por ellos, entender su cultura y costumbres tradicionales, todo en un ambiente natural y selvático. Recibirá explicaciones y detalles sobre cómo estas culturas durante milenios se desarrollaron y sostuvieron en la espesura selvática dependiendo del bosque únicamente. Conocerá las plantas medicinales usadas por ellos por centurias. Es una experiencia muy valiosa y educativa. Se lo recomendamos ampliamente. Las puertas están abiertas a los voluntarios y pasantes que desean venir a ayudar en el parque durante por lo menos un mes (GAD de cantón Pastaza, 2015).

Los servicios turísticos ofrecen el servicio de guía, hospedaje en una cabaña típica (la que se encuentra en reparación), y alimentación, la cual es necesario solicitarla con previa anticipación. Existe una tienda de artesanías. El Jardín Botánico las Orquídeas se ubica en el Barrio Obrero de la ciudad de Puyo siguiendo el sendero del Paseo Turístico del Río Puyo por unos 200 metros. Junto al segundo puente colgante del sendero, a la derecha se encuentra la entrada principal al Parque Omaere. El parque atiende todos los días, de 9 am a 5 pm. Visitas en otro horario previo cita. Los precios son \$3,00 para adultos, \$1,50 para estudiantes con identificación, y \$0,50 para niños. En caso de familias grandes y grupos de 20 o más personas pagan solamente \$2,00).

FOTO 3. Cavernas Fátima



Cavernas Fátima

Para llegar a este sitio natural hay que caminar por el sendero, el mismo que es ocupado para la captación del agua que abastece a la parroquia Fátima y la ciudad de Puyo. Durante este recorrido existe un tramo más o menos de 1 km, que es de roca, las cuales si se detiene a observar contienen incrustadas restos de conchas, churos y estrellas de mar. Además se aprecia la diversidad de flora y fauna existente en este sendero tanto de bosque secundario, como primario (Bastidas Aráuz, 2016). Cavernas Fátima se han formado como resultado de la acción erosiva y disolvente del agua y de los compuestos disueltos en ella. Al ser ésta una zona de lluvias abundantes, el agua superficial, que contiene dióxido de carbono y ácidos derivados de los componentes orgánicos del terreno, ataca la piedra caliza, disolviéndola y transportándola en disolución. Es así que durante largos periodos, esta acción deriva en la formación de estas cavidades subterráneas. Cuando el agua se filtra gota a gota hasta el techo de la cueva, tiende a adherirse a éste y a formar gotitas; cuando éstas pierden parte del agua y del dióxido de carbono, el carbonato de calcio se precipita y forma unos depósitos que crecen en longitud y anchura constituyendo las estalagmitas y estalactitas (Bastidas Aráuz, 2016).

Las cavernas Fátima se encuentran a 3 km de la cabecera Parroquial, ubicada al Noreste de la provincia de Pastaza.

Se encuentra localizado en las siguientes coordenadas: 1° 25'36" de latitud Sur y 78° 2' 6" de longitud Oeste. El acceso a las cuevas es permanente pero es aconsejable considerar el buen tiempo debido a que es una zona de alta pluviosidad (Bastidas Aráuz, 2016). Durante la caminata se puede apreciar una vegetación propia de la zona, con grandes árboles como el copal, cedro, chonta, caoba, pambil, mata palo, guayacán, la caña agria, la caña guadua, entre otras. También se escucha el cantar de diferentes aves como tucanes, loras, guacamayos, chilicrés, paujil, pava de monte, y si tenemos suerte podemos observar al gallo de la peña que anida en esta cueva. También reptiles, anfibios, mamíferos, especialmente los murciélagos que habitan en las cavernas y una gran variedad de invertebrados.

Existen dos cavernas a las que se puede acceder sin ningún peligro porque son grandes. La primera tiene una distancia de 30 metros, 5 minutos de caminata aproximadamente; la segunda tiene unos 50 metros de largo aproximadamente, 15 minutos de caminata, al inicio de la misma tiene una altura de 6 m por 2 m de ancho. En esta última podemos encontrar agua que atraviesa la cueva, también encontramos formaciones geológicas llamadas estalactitas. Es posible observar murciélagos, arañas y los nidos del gallo de la peña que se encuentra en peligro de extinción. También se puede aprovechar para disfrutar de un baño en la cabecera del río Puyo que se halla al costado derecho del sendero.

El entorno del atractivo esta alterado por la tala de la vegetación y por la construcción de los tanques de reserva de agua que abastece a Fátima y a la ciudad de Puyo. Se halla amenazado, debido a que en la zona no existe un control de la cacería de aves, que realizan los propios pobladores, además las cuevas se encuentran en proceso de deterioro (Bastidas Aráuz, 2016). Se recomienda llevar linterna y sogas para poder ingresar a las cavernas, puesto que algunas son demasiadas altas y no hay como bajar. La temperatura oscila entre 14 y 28 °C, y su pluviosidad varía de 2.000 a 4.000 mm.

El atractivo no tiene ningún servicio básico disponible, el tour se organiza tomando como centro de operaciones la localidad de la parroquia Fátima o la ciudad de Puyo.

Perfil de los turistas de Semana Santa

En esta parte se realiza un análisis cuantitativo del perfil de los turistas que visitaron, durante el feriado de Semana Santa 2016, los emprendimientos de turismo de naturaleza, ubicados alrededor de la Ciudad de Puyo. Del total de la muestra (67), se evidencia que 32 (52%) de los visitantes son de género masculino, con edades comprendidas entre 26 a 36 años (53,7%), en su mayoría son nacionales (79%) pertenecientes a las provincias Tungurahua y Pichincha. En su mayoría hablan el idioma español (96%), con el 61% de nivel académico superior (Ingeniero, Licenciado), es decir, corresponde a una población económicamente activa. Los visitantes tienen un alto nivel de energía para realizar cualquier tipo de actividad turística, el 85,1% de los turistas que visitaron los tres emprendimientos de turismo de naturaleza lo hicieron por turismo, y el 100% de los turistas conocieron los emprendimientos a través de Internet.

El 2% (1) de los visitantes proviene de Alemania, el 2% (1) Francia, el 6% (4) provincia de Azuay, el 6% (4), de Chimborazo 6% (4), de Chile 3% (2), de la provincia Carchi 3% (2), Loja 3% (2), de Manabí 3% (2), de Napo 3% (2), de Estados Unidos 9% (6), de España 12% (8), de Guayas 4% (3), de Cotopaxi 19% (13), de Tungurahua 19% (13), y de Pichincha 19% (13).

El 96% (64) de los turistas hablan el idioma español, el 3% (2) francés y el 1% habla inglés (1).

El 1% (1) de los turistas posee educación primaria, el 35% (23) posee educación secundaria, el 61% (40) tiene títulos de tercer nivel (Ingeniero, Licenciado), y el 3% (2) tiene títulos de cuarto nivel (Ph.D.).

El 85,1% (57) de los turistas que visitaron los tres emprendimientos de turismo de naturaleza durante el feriado de Semana Santa 2016 lo hizo por turismo, y el restante 14,9% (10) lo hizo para realizar investigación o estudios científicos. El 100% (67) de los turistas conocieron la existencia de los emprendimientos a través de Internet.

El 100% (67 personas) manifestó que en los emprendimientos turísticos estudiados la atención es muy buena. También el 100% (67) de los turistas recomendarán los emprendimientos de turismo de naturaleza ya mencionados.

El 94% (64) opinó que es necesario realizar publicidad de los lugares visitados y el 6% (3) restante opinó que la información es efectiva. El 79,1% (53) manifestó que no es molestia alguna la accesibilidad a estos emprendimientos de turismo de naturaleza y el 20,90% (14) manifestó que las vías de acceso deben ser mejoradas ya que en su mayoría son vías de segundo orden (lastradas).

Finalmente, e 67% (45) manifestaron que la limpieza del lugar debe ser mejorada y el 32,8% (22) manifestaron que no es molestia alguna dentro del emprendimiento de turismo de naturaleza.

CONCLUSIONES

Una vez realizado el trabajo de campo utilizando los respectivos indicadores para delimitar los emprendimientos de turismo para el estudio, se concluye respecto de los tres emprendimientos de turismo de naturaleza (Jardín Botánico Las Orquídeas, Parque Etnobotánico Omaere y Cavernas de Fátima) lo siguiente:

- Al terminar esta investigación se concluye con dos entidades competentes (Municipio del cantón Pastaza y Ministerio de Turismo) quienes formaron para de este proyecto de investigación, donde se tomaron los documentos como información secundaria para el desarrollo y finalización de la investigación.
- Se aplicaron 67 fichas de recopilación de información para determinar el perfil de turista que visitó en el feriado de Semana Santa 2016, las mismas que fueron validadas por el observatorio turístico de la U.E.A.
- El 52% de visitantes son de género masculino, y entre las edades de 26 a 36; la mayoría de los turistas son nacionales pertenecientes a las provincias Tungurahua y Pichincha; la mayor cantidad de los visitantes tienen un nivel académico de tercer nivel; el principal motivo fue realizar turismo y la totalidad de los visitantes conocieron a través de Internet los emprendimientos de

turismo de naturaleza ubicados alrededor de la ciudad de Puyo.

- En los lugares estudiados es necesario realizar publicidad, ya sea en diferentes medios de comunicación.
- Los visitantes manifiestan que la limpieza de los lugares visitados debe ser mejorada.

REFERENCIAS

Acosta Llerena , A. A. (2014). Tesis de Perfil del turista que visita los emprendimientos de la Asociación de atractivos turísticos de Pastaza, para la promoción turística del cantón en base a la segmentación del mercado en temporada alta 2013. Universidad Estatal Amazonica, Pastaza, Ecuador.

Bastidas Aráuz, C. A. (2016). Tesis "Evaluación Turística en la Zona de Fátima del Centro de Interpretación Natural y Cultural "Pastaza Selva Viva" para la Integración de Actividades Turísticas Sostenibles, Cantón Pastaza, Provincia de Pastaza". Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/807>

Centro de Rescate de la Flora Amazonica "Jardín Botánico Las Orquídeas". (s.f.). Historia Jardín Botánico Las Orquídeas. Obtenido de <http://www.jardinbotanicolasorquideas.com/es/new-page-2/historia.html>

Covarrubias Ramírez, R. (2015). LIBRO DE EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EN MUNICIPIOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS. (S. A. Internacionales, Ed.) Mexico.

GAD de cantón Pastaza. (2015). Parque Etnobotánico Omaere, Puyo. Obtenido de Pastaza.com: <http://www.pastaza.com/atractivos/omaere/>

GAD de Cantón Pastaza. (2015). Turismo en Ecuador. Obtenido de <http://www.viajandox.com/pastaza/puyo-pastaza-canton.htm>

GAD Municipal del Cantón Pastaza. (2016). informe de turistas que ingresaron al cantón Pastaza correspondiente al feriado de semana santa 2016. Municipio de Pastaza, De Turismo, Puyo.

GAD Municipal del Cantón Pastaza. (2016). informe de turistas que ingresaron al cantón Pastaza correspondiente al feriado de semana santa 2016. Municipio de Pastaza, De Turismo, Puyo.

GAD Pastaza. (2012). Jardin Etno-Botánico Omaere. Inventario de atractivos turísticos de cantón Pastaza. Puyo, Pastaza, Ecuador.

GAD Provincial de Pastaza. (2008). Información Turística y Guía de Viajes Puyo Pastaza Oriente Ecuador Amazonia. Obtenido de Pastaza.com: <http://www.pastaza.com/turismo/>

GAD provincial de Pastaza. (2009). Jardin Botanico las Orquíneas. Inventario de atractivos turístico de cantón Pastaza. Puyo, Pastaza, Ecuador.

Jaramillo, L. (Diciembre de 2008). Emprendimiento: Concepto básico en competencias. Obtenido de <https://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>.

Manuel, D. I. (2013). producto turístico. Obtenido de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2_Concepto_de_Producto_Turistico.pdf

Ministerio de Turismo de Ecuador . (2014). Resultado final de semana santa 2014. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Ofer-taTuristica/Feriatos/Investigacion-de-la-oferta-feriado-semana-santa-2014.pdf>

Ministerio de Turismo de Ecuador . (2015). Resulta-

do Final de Semana Santa 2015. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Ofer-taTuristica/Feriatos/Feriado-Semana-Santa-Final2015.pdf>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2014). Campaña All You Need is Ecuador presenta cifras record. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/campana-all-you-need-is-ecuador-presenta-cifras-record/>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2015). Atractivos turístico de cantón Pastaza. Obtenido de <http://www.pastaza.com/turismo/>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (s.f.). Cavernas de Fatima. Obtenido de <http://www.paisturistico.com/ecuador/puyo/atractivos/fatimacueva>

Psicología Social del Turismo. (s.f.). Las dos caras del turismo. Obtenido de blog: <http://lasdoscarasdelturismo.blogspot.com/>

Secretaria de fomento turístico de Mexico. (2012). Turismo de Naturaleza. Obtenido de <http://www.sefortur.yucatan.gob.mx/secciones/ver/turismo-de-naturaleza>

Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. (Noviembre de 2013). Demanda Turística. Obtenido de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>

Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. (2013). Mercado Turístico. Obtenido de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.1.pdf>

Vargas, s. L. (2010). LA NATURALEZA, CULTURA Y DESARROLLO ENDÓGENO: UN NUEVO PARADIGMA DEL TURISMO SUSTENTABLE. Mexico.

RESEARCH / INVESTIGACIÓN

Análisis del potencial turístico de las comunidades rurales. Caso de estudio: Comunidad Muyuyacu, El Oro-Ecuador

Analysis of the tourism potential of the rural communities. Case study: Muyuyacu Community, El Oro Province, Ecuador

Mauricio Noblecilla G.¹, Lilia Ortíz B.², Jonathan Ruiz C.³, Italo Encalada L.⁴ & Oscar Ordoñez C.⁵

Resumen: Ecuador es reconocido en la actualidad como uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, por sus paisajes naturales y culturales, atributos que fueron considerados para recibir por tercera vez el reconocimiento "World's Leading Green Destination 2015", premio otorgado por World Travel Awards (WTA). El turismo verde rural permite el correcto aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales; a través de esta actividad las comunidades han logrado obtener un desarrollo-socioeconómico importante para mejorar la calidad de vida de su población. El objetivo principal de este trabajo fue identificar los factores que pueden potenciar la actividad turística rural en la comunidad Muyuyacu, cantón Pasaje, Provincia de El Oro, Ecuador. Se realizó una investigación concluyente del tipo descriptiva y explicativa. Se aplicó un cuestionario con preguntas cerradas con escala Likert a 35 sujetos habitantes de Muyuyacu. Los datos obtenidos fueron tabulados usando el software Minitab 16. Los resultados sugieren que en la comunidad Muyuyacu existen recursos culturales y gastronómicos, además de recursos naturales potenciales para realizar actividades de turismo. Una importante implicancia de este trabajo radica en la necesidad de una mayor inversión en infraestructura física, como miradores, senderos turísticos, complejos recreacionales y restaurantes. Ello permitiría un desarrollo más armónico del turismo rural en la comunidad de Muyuyacu.

Palabras clave: Biodiversidad, turismo verde, recursos cultura-

les y gastronómicos, senderos turísticos.

Abstract: Ecuador is currently recognized as one of the countries with the greatest biodiversity on the planet, for its natural and cultural landscapes, attributes that were considered when it received the "World's Leading Green Destination 2015", an award granted by the World Travel Awards (WTA), for the third time. Rural green tourism enables the correct viable use of natural and cultural resources; through this activity, communities have achieved important socioeconomic development to improve their quality of life. The primary aim of this work was to identify the factors that can foster rural tourism activity in the Muyuyacu community, Pasaje Canton, El Oro Province, Ecuador. A conclusive descriptive and explanatory study was conducted. A questionnaire with closed questions on a Likert scale was administered to 35 inhabitants of Muyuyacu. The collected data were tabulated using the Minitab 16 software. The results suggest that in the Muyuyacu community there are cultural and gastronomic resources as well as potential natural resources to undertake tourism activities. An important implication of this work lies in the need for greater investment in physical infrastructure, like lookouts, tourist trails, recreational complexes and restaurants. This would allow a more harmonic development of the rural tourism in the Muyuyacu community.

Key words: Biodiversity, green tourism, cultural and gastronomic resources, tourist trails.

(Presentado: 28 de febrero de 2016. Aceptado: 30 de Abril de 2016)

¹ Docente titular Auxiliar de la Carrera de Administración de Hotelería y Turismo de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. msnoblecilla@utmachala.edu.ec

² Licenciado en Administración de Hotelería y Turismo. Docente Ocasional de la carrera de Hotelería y Turismo de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. laortiz@utmachala.edu.ec

³ Ingeniero Industrial. Docente Ocasional de la carrera de Hotelería y Turismo de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. jruiz@utmachala.edu.ec

⁴ Licenciado en Administración de Hotelería y Turismo. Docente Ocasional de la carrera de Hotelería y Turismo de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. iencalada@utmachala.edu.ec

⁵ Ingeniero en Gestión Empresarial. Docente Ocasional de la carrera de Hotelería y Turismo de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. osordonez@utmachala.edu.ec

INTRODUCCIÓN

Ecuador es reconocido en la actualidad como uno de los países con mayor biodiversidad del planeta por sus paisajes naturales y culturales, atributos que fueron considerados al ser elegido por tercera vez, como el mejor Destino Verde Líder de Sudamérica por World Travel Awards 2015. Este reconocimiento se debe a la calidad turística que brinda cada comunidad dentro de las áreas rurales, convirtiéndose en una herramienta clave para el desarrollo dinamizador de la economía nacional. El turismo rural permite el correcto aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales de las comunidades, que han logrado obtener un desarrollo-socioeconómico importante para mejorar la calidad de vida de su población. En la última década Ecuador ha experimentado una evolución considerable en el sector turístico, convirtiéndose en una herramienta de desarrollo y de aporte significativo para la nación. Las nuevas tendencias turísticas están dadas en potenciar las actividades en las comunidades rurales promoviendo la sostenibilidad económica y mejorando las condiciones de vida. La oferta turística en comunidades rurales está dada en la artesanía, recorridos campestres, visitas a fincas o haciendas, así como a pequeñas industrias.

Históricamente el turismo rural recién tuvo su acogida en los años 60's y 70's en España. En los últimos diez años Ecuador se ha inclinado a potenciar el turismo rural. Un estudio del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) señaló que "el turismo rural es una actividad que se realiza en un espacio físico en regiones rurales, especialmente en localidades donde sus habitantes bordean entre las 1.000 y 2.000 personas, la mayoría de la infraestructura física es antigua, en el que mantienen la cultura y costumbres de generación en generación, destacando sus actividades artesanales y gastronómicas" (IICA, 2008). En el turismo rural se encuentran algunas modalidades o tipos como: agroturismo,

pesca y caza, turismo de estancias, rutas alimentarias, turismo deportivo, ecoturismo, etnoturismo, y turismo científico, entre otras. Lo importante de este tipo de turismo es que se trata de potenciar los atractivos que pueden generar los recursos naturales y ecológicos; así como actividades de deporte extremo y actividades culturales como artesanales.

Este trabajo se realizó en la comunidad de Muyuyacu, cantón Pasaje, Provincia de El Oro, que cuenta con unos 230 habitantes y con atractivos turísticos como selvas vírgenes, balnearios, cascadas, aguas termales, ríos, y aves exóticas (Muyuyacu, 2015). En objetivo principal de este trabajo es identificar los factores que pueden potenciar la actividad turística rural en la comunidad de Muyuyacu, del cantón Pasaje, Provincia de El Oro. La importancia del mismo es buscar alternativas de negocios para los habitantes de la comunidad en base al turismo rural.

Potencial turístico de la Comunidad de Muyuyacu

La terminología Muyuyacu tiene como significado en idioma Quechua "Semilla de estos tiempos". Es un sitio ubicado en la Parroquia el Progreso, Cantón Pasaje, Provincia de El Oro, en Ecuador. Está situado vía Cuenca en el kilómetro 16, a 350 metros sobre el nivel del mar, con un clima templado, cuenta con una población de 230 habitantes de los cuales el 25% corresponde al área rural, según el Censo de Población y Vivienda. Entre sus primeros habitantes estuvieron las familias Dávila Loja, Gallegos Macas, Japón Lucero, Cuenca Shigue, respectivamente, los mismos que son oriundos de Cantón Zaruma. Sus límites son el Norte Hacienda Ullauri, Sur vía Cuenca, Este Galayacu, Oeste Sector Minero (Muyuyacu et al., 2015).

En una investigación reciente se analizó el potencial turístico de la comunidad de Salinas de Tomabela centrándose exclusivamente en los recursos artesanales e industriales desarrollados en dicha comunidad (Zhunio & Gallardo, 2013). Se hizo un inventario de los atractivos naturales y culturales, así como un análisis de las 40 microempresas que desarrollan actividades artesanales, hosterías, comidas, venta de carnes, hilanderías, embudidoras, elaboración y producción de quesos, fábricas de balones y minas de sal. En otra investigación (Benavides, 2011) se desarrolló un análisis de turismo comunitario, en Monteverde, cantón Montúfar, Provincia del Carchi, para impulsar la actividad turística en este sector. La misma surge de la necesidad de instaurar nuevas alternativas de desarrollo social, económico y cultural, en las zonas rurales de la Provincia del Carchi. En este caso la comunidad de Monteverde tiene un gran potencial para desarrollar actividades turísticas, ecoturísticas, recreacionales, y deportes de aventura, basados en el diagnóstico situacional del territorio, dictamen realizado mediante el uso de las diferentes metodologías, técnicas e instrumentos de investigación aplicadas. El turismo para las zonas rurales de Colombia se ha venido considerando como una alternativa de desarrollo desde hace poco tiempo, y por ello es importante que las iniciativas sean estudiadas para que se identifiquen los diferentes aspectos de éxito y fracaso para la posterior puesta en marcha de nuevos proyectos. El paso a seguir en este trabajo es realizar cálculos en base a indicadores para determinar la utilidad y aplicabilidad de estos análisis de la sostenibilidad del turismo rural y así orientar aún más su planificación en un país, o región, en la cual se tengan en cuenta las necesidades de los diferentes grupos involucrados, tales como las comunidades locales, ecologistas, comerciantes, gobiernos y turistas (Cala, 2006).

Por otro lado, en una investigación aún más reciente (Jarrín, 2014), se desarrolló un análisis del turismo en comunidades rurales basados en una propuesta turística para la parroquia

de Puenbo, Provincia de Pichincha. En dicho análisis se desarrolló una lista sobre los atractivos turísticos que ofrece la comunidad como Chaquiñan donde se puede realizar turismo de aventura y deportivo, Piscinas de Puenbo, Cañón del Chiche, Centro Histórico de Puenbo, Comunidad de Yunguilla, Las riberas del Río Guambi, artesanías de madera, y ferrocarril de Puenbo. Se destacó el carácter potencialmente turístico para el desarrollo de la comunidad.

METODOLOGÍA

Para el análisis se utilizó una metodología de investigación exploratoria y estadística, dado que se pretende facilitar la comprensión de un problema o evento, y describir de forma sistemática los datos recogidos (Echtner & Prasad, 2003; Jamal & Getz, 1995). En este proceso se elaboraron encuestas para recabar información elemental en base a una escala de Likert, la cual permite establecer los factores más relevantes en una investigación y valorarlos en una escala predeterminada, jerarquizando los resultados de la investigación (Faulkner & Tideswell, 1997). Para el cálculo de la muestra se empezó estableciendo la confiabilidad del estudio, definida en un nivel del 99%, con un margen de error del 1% (Gutiérrez P. & de la Vara S., 2008). Para una población estimada de 230 habitantes, y considerando que nuestros datos están distribuidos de forma aproximadamente normal, la primera ecuación que calculamos fue:

$$f(z) = \int_0^x \frac{e^{-\frac{z^2}{2}}}{\sqrt{2\pi}} dz \tag{1}$$

Donde $f(z)$ es la función de probabilidad que se relaciona con el nivel de confianza, y z es el coeficiente del nivel de confianza. Bajo la curva normal el 99% del nivel de confianza se ubica entre las dos colas (que son la parte más crítica de la distribución) en proporciones iguales de 49,5% cada una (Montgomery, 2013). Es decir, para nuestra relación inicial hemos de considerar $f(z) = 0,495$ con lo cual nos queda la siguiente relación:

$$0,495 = \int_0^x \frac{e^{-\frac{z^2}{2}}}{\sqrt{2\pi}} dz$$

Si despejamos x de esta ecuación encontramos que $x = \pm 2,57583$. Esto significa que z toma los valores de $\pm 2,57583$. Con este punto de partida, si lo que deseamos es calcular el tamaño de una muestra para estimar una media, el primer factor a considerar es el error estándar (Spiegel & Stephens, 2009), definido por:

$$\epsilon = z\sigma_{\bar{x}} \quad (2)$$

Donde ϵ es el error estándar y $\sigma_{\bar{x}}$ es la desviación estándar de la distribución muestral de medias, que a su vez se define por:

$$\sigma_{\bar{x}} = \frac{\sigma}{n} \sqrt{\frac{N-n}{N-1}} \quad (3)$$

Donde σ es la desviación estándar poblacional (que se estimará en un valor superior al 1% del total de la población, considerando el incremento en su variabilidad anual desde el último censo), N es el tamaño de la población, y n es el tamaño de la muestra (Spiegel & Stephens, 2009). Al reemplazar (3) en (2) y despejar n , llegamos a:

$$n = \frac{Nz^2\sigma^2}{(N-1)\epsilon^2 + z^2\sigma^2} \quad (4)$$

En esta última ecuación, ingresamos aquellos valores conocidos y estimados, $N = 230$, $z = 2,57583$, $\sigma \geq 2,3$ (se redondeará a 2,5), y $\epsilon = 1$. Así, se llega a obtener $n = 35,2636$. Llegando de esta forma a establecer un tamaño muestral de 35 unidades de análisis para la presente investigación. La aplicación de la encuesta se realizó luego de sondear la zona de estudio para luego hacer una selección aleatoria y homogénea de los hogares donde se haría las encuestas (Montgomery, 2013). Para analizar estadísticamente los datos se consideró un intervalo de confianza del 95%. Los datos obtenidos de la aplicación de las encues-

tas se tabularon usando el *software* Minitab 16 y para la presentación también se usó el *software* Microsoft Excel 2013. Estos datos se registraron, ponderaron y se verificó si su distribución era normal o aproximadamente normal con una prueba de normalidad de Anderson-Darling, comparando la relación de distribución acumulada experimental de los datos de la muestra con la distribución esperada (Spiegel & Stephens, 2009). Bajo un nivel de significancia del 5%, el valor crítico A-cuadrado (A^2) a contrastar es aproximadamente 0,752 (Gutiérrez P. & de la Vara S., 2008). Los criterios para la prueba de hipótesis fueron:

- Hipótesis nula: Los datos siguen una distribución normal si $A^2 \leq 0,752$.
- Hipótesis alterna: Los datos no siguen una distribución normal si $A^2 > 0,752$.

Cabe recalcar que los criterios de estimación de media y desviación estándar nos marcan la tendencia de los datos registrados. Mientras menor sea la desviación estándar, más confiable será el valor de la media estimada. Para las preguntas redactadas en las encuestas, las cinco alternativas de medición, según la escala de Likert utilizada (Faulkner & Tideswell, 1997; Kim & Richardson, 2003), tuvieron las siguientes ponderaciones: 5 = *totalmente de acuerdo*, 4 = *de acuerdo*, 3 = *neutral*, 4 = *en desacuerdo*, 5 = *totalmente en desacuerdo*.

RESULTADOS

En 35 encuestas aplicadas ninguna de las mediciones obtenidas siguen una distribución normal. La hipótesis nula se rechazó dado que todos los valores calculados de A-cuadrado resultaron mayores que 0,752. El hecho de que valor $p > 0,005$ confirma el rechazo de la hipótesis nula. En varios casos se usó como parámetro de centralización la mediana, con un nivel de confianza del 95%, para eliminar el efecto de los datos atípicos (Montgomery, 2013).

TABLA 1. Nomenclatura utilizada para representar los resultados.

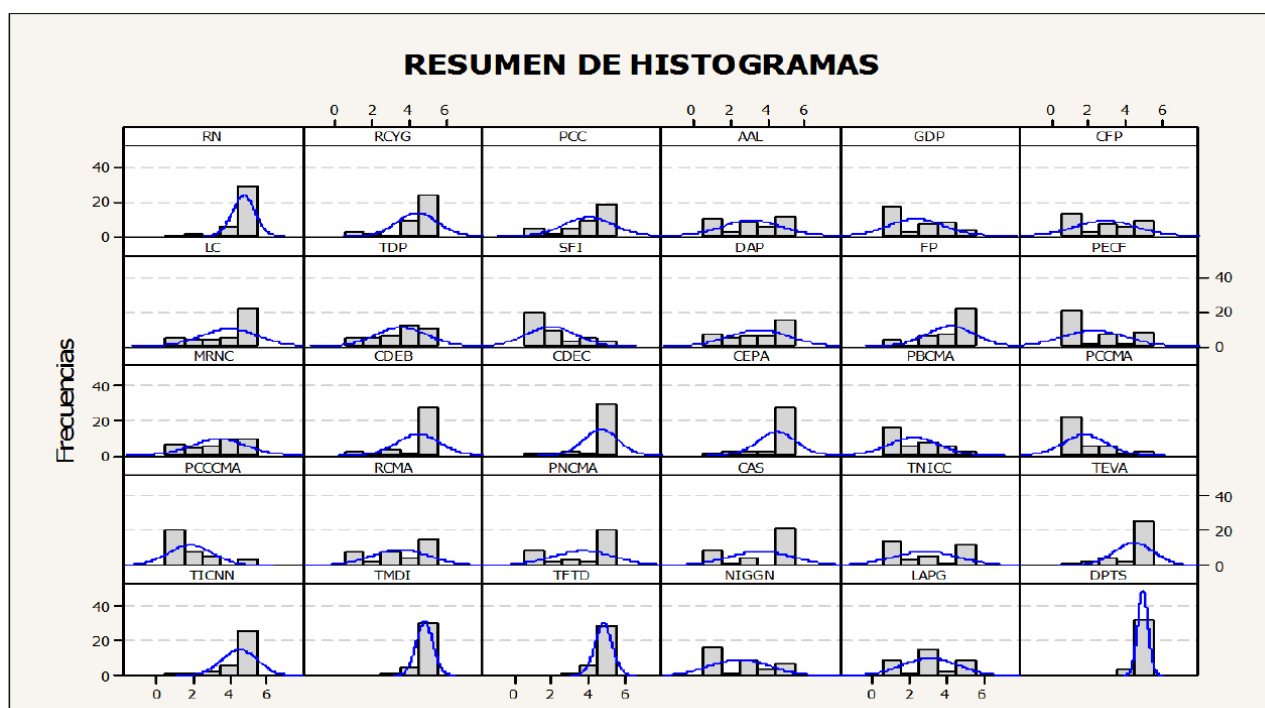
Nomenclatura	Factores / Variables
RN	Existen recursos naturales potenciales para realizar turismo
RCYG	Existen recursos culturales y gastronómicos para poder realizar turismo en la comunidad de Muyuyacu
PCC	La población está completamente comprometida a desarrollar el turismo en la comunidad de Muyuyacu
AAL	Existe ayuda por parte de las Autoridades Locales para potenciar el turismo en la comunidad de Muyuyacu.
GDP	El Gobierno ha desarrollado algún tipo de proyecto en la comunidad de Muyuyacu
CFP	La crisis financiera del país no ha afectado a la actividad económica de la comunidad.
LC	Los líderes comunitarios han ayudado al mejoramiento de la actividad económica de la comunidad de Muyuyacu
TDP	Usted piensa que actualmente el turismo se ha desarrollado potencialmente en la comunidad de Muyuyacu
SFI	La comunidad cuenta con suficientes fuentes de ingresos.
DAP	Docentes académicos han realizado proyectos turísticos anteriormente.
FP	Funcionarios públicos han visitado la comunidad para conocer las condiciones de vida de la población.
PECF	Han existido propuestas por empresarios para la creación de fábricas o industria en su comunidad
MRNC	Existe un buen manejo de los recursos naturales y culturales de la comunidad de Muyuyacu
CDEB	Han tenido algún tipo de capacitación para desarrollar emprendimientos en la comunidad de Muyuyacu por medio del cultivo de banano.
CDEC	La comunidad ha tenido alguna capacitación para desarrollar emprendimientos en la comunidad de Muyuyacu por medio del cultivo de cacao.
CEPA	La comunidad ha tenido alguna capacitación sobre la elaboración de productos artesanales derivados del cacao y el banano.
PBCMA	Usted piensa que la producción de banano ha sido el cultivo que más ha contaminado al medio ambiente.
PCCMA	Usted piensa que la producción de cacao ha sido el cultivo que más ha contaminado al medio ambiente.
PCCCMA	Usted piensa que la producción de cultivo de ciclo corto ha sido el que más ha contaminado al medio ambiente.
RCMA	Conoce de algún tipo de reglamentación o política para conservar el medio ambiente en su comunidad.
PNCMA	Se ha realizado algún tipo de proyecto en su comunidad para no contaminar el medio ambiente.
CAS	La comunidad ha recibido una capacitación para conocer las alternativas de solución para no contaminar el medio ambiente.
TNICC	El turismo no influye en las costumbres y la cultura de la comunidad de Muyuyacu.
TEVA	El turismo estimularía la venta de artesanías.
TICNN	El turismo incentivaría a la creación de nuevos negocios y centros de diversión.
TMDI	El turismo daría a la comunidad un mejor desarrollo de la infraestructura de prestación de servicio de su comunidad.
TFTD	El turismo fomentaría el trabajo digno a la población de la comunidad de generación en generación.
NIGGN	Los nuevos impuestos generados por el Gobierno Nacional no han afectado los ingresos locales de la comunidad.
LAPG	La creación de nuevas Leyes como la Ley de Aguas propuestas por el Gobierno no afecta directamente a los ingresos locales de la comunidad de Muyuyacu.
DPTS	El desarrollo de un proyecto sobre turismo sostenible en comunidades rurales sería beneficioso para su comunidad.

En la tabla 1 se presenta la nomenclatura abreviada por cada una de las variables analizadas en la encuesta tipo escala de Likert aplicadas a las 35 personas que viven en la comunidad de Muyuyacu. Cabe recalcar que estos factores o variables fueron obtenidos de una entrevista con el Presidente de la comuna y 15 personas que pertenecen a la directiva, de entre ellas se hizo una ponderación de expertos con 10 docentes del área de turismo de la Universidad Técnica de Machala.

como resultado de las encuestas realizadas a los habitantes de la comunidad de Muyuyacu. Como se puede apreciar los datos son muy variables y dispersos, corroborando que entre las variables no existe relación entre las mismas. Entre los factores de mayor incidencia están el factor # 26 con su nomenclatura TDMI; el factor # 27 con su nomenclatura TFTD, el factor # 30 con su nomenclatura DPTS; son los factores con mayor influencia en la comunidad en la cual se basa el tema de discusión sobre la potencialidad turística que tiene el sitio Muyuyacu para el fomento del turismo rural.

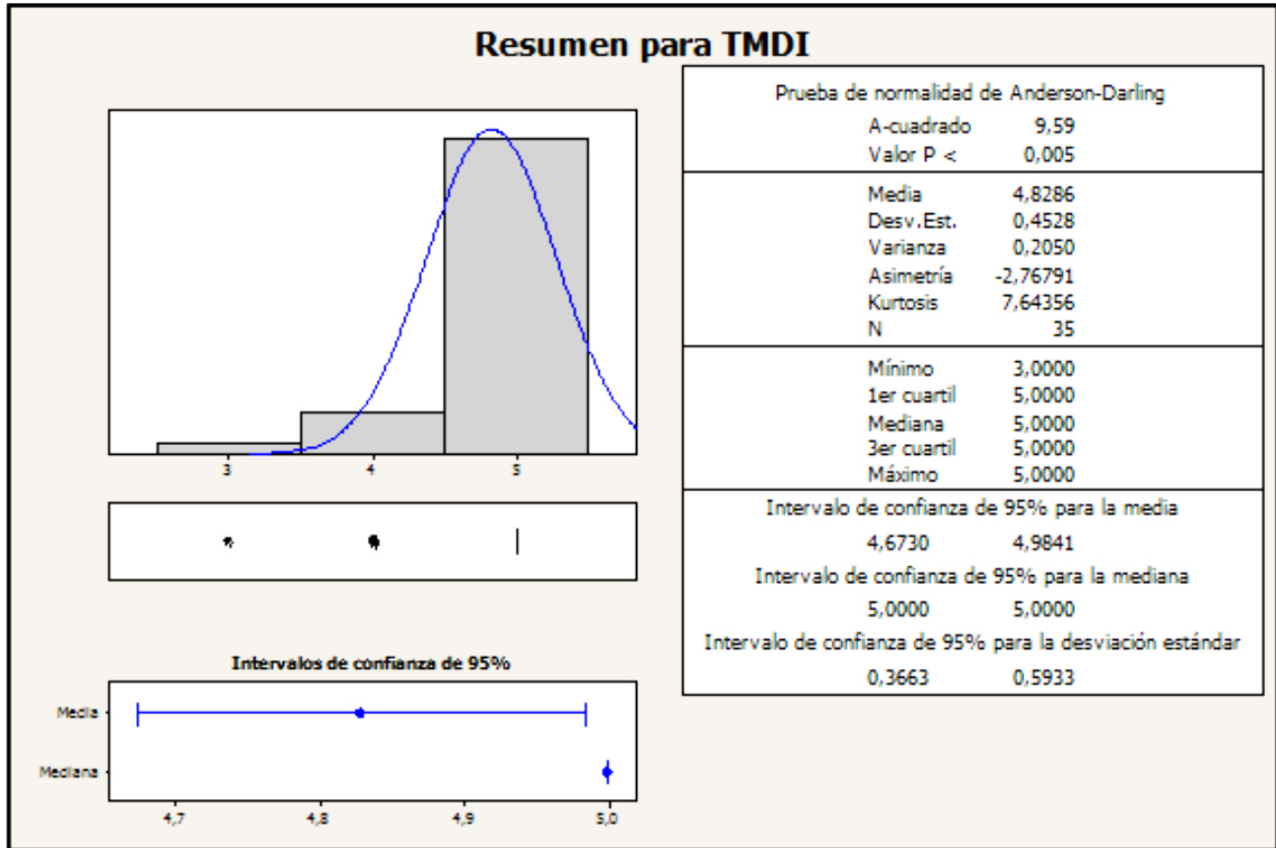
En la figura 1 se presentan los histogramas obtenidos

FIGURA 1. Histogramas generados por cada factor/variable.



En las figuras 2, 3 y 4 se puede apreciar los resultados obtenidos entre los tres factores de mayor incidencia en el sitio Muyuyacu.

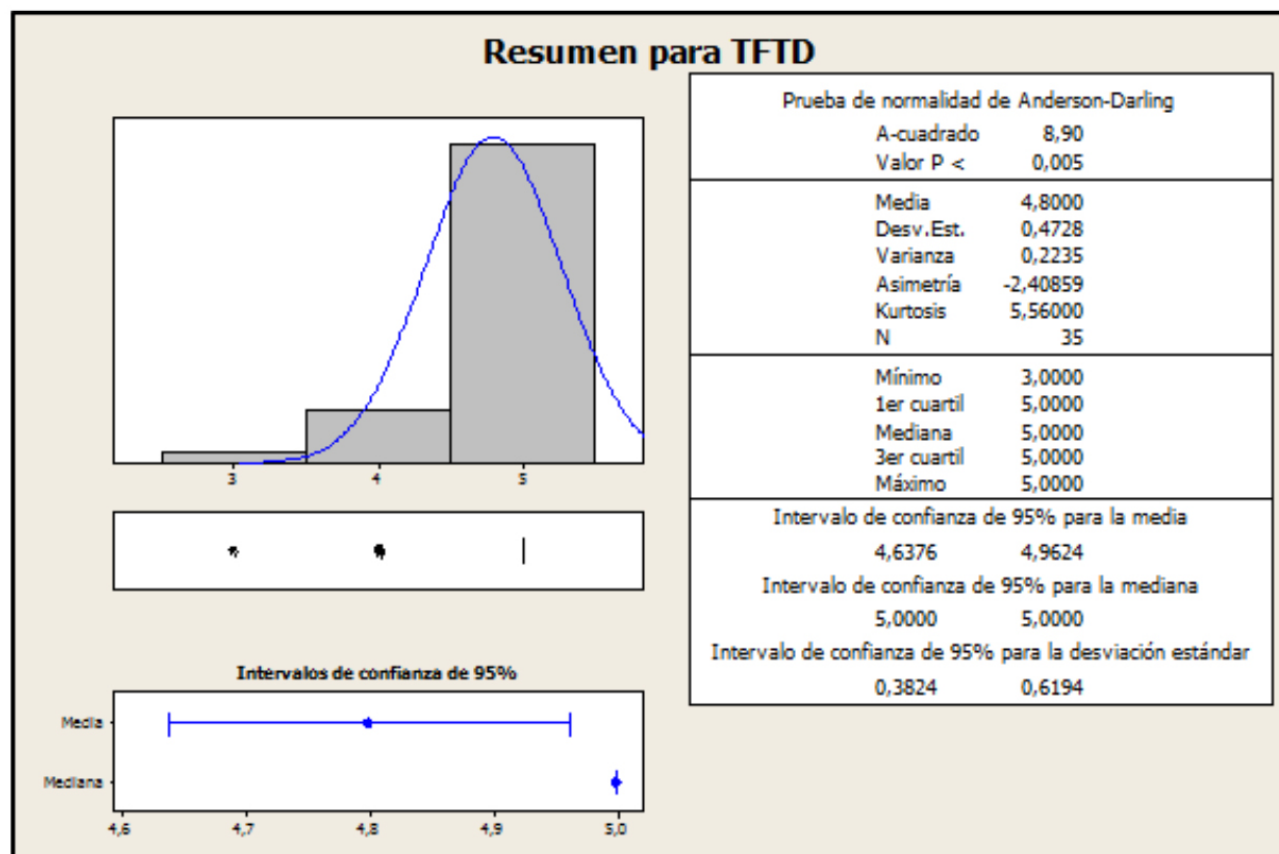
FIGURA 2. Resumen estadístico para TMDI (El turismo daría a la comunidad un mejor desarrollo de la infraestructura de prestación de servicios).



En la figura 2 se puede apreciar el resumen estadístico para el factor 26 sobre si “El turismo daría a la comunidad un mejor desarrollo de la infraestructura de prestación de servicios” cuya nomenclatura es TMDI, en el que se puede apreciar que su A-cuadrado es de 9,59 verificando una alta variabilidad de aceptación por parte de los habitantes de Muyuyacu. Su desviación estándar es 0,4528

lo cual determina que su distribución normal se encuentra entre 4,67 y 5 de acuerdo a su media y mediana. Lo que hace determinar que su dispersión es muy corta en relación a los otros variables; en este caso, los datos son muy homogéneos entre sí. Es por ello que se concluye que este es un factor de mayor relevancia para el sitio Muyuyacu.

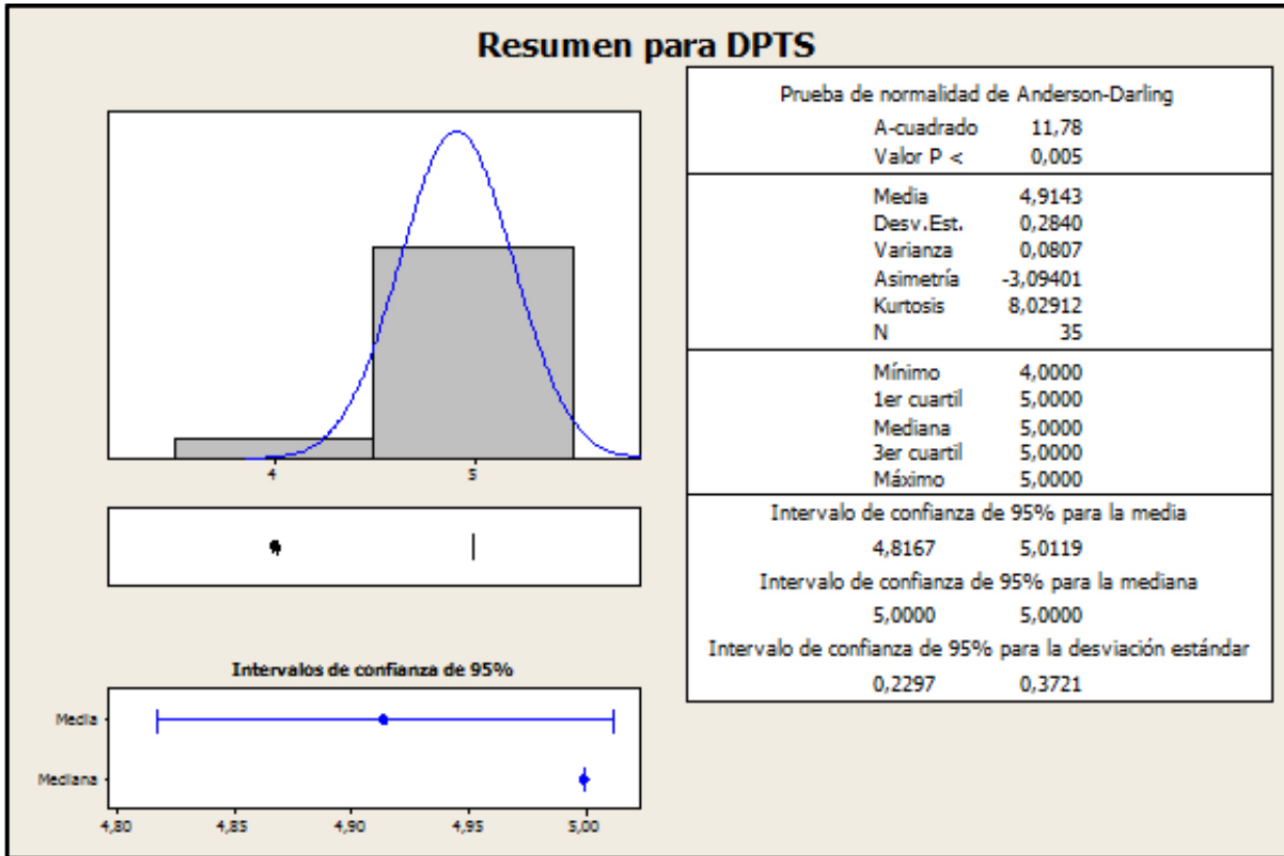
FIGURA 3. Resumen estadístico para TFTD (El turismo fomentaría el trabajo digno a la población de la comunidad de generación en generación).



En la figura 3 se puede apreciar el resumen estadístico para el factor 27 sobre si “El turismo fomentaría el trabajo digno a la población de la comunidad de generación en generación” cuya nomenclatura es TFTD, en el que se puede apreciar que su A-cuadrado es de 8,9 verificando una alta variabilidad de aceptación por parte de los habitantes de Muyuyacu. Su desviación estándar es 0,4728 lo

cual determina que su distribución normal se encuentra entre 4,6376 y 5 de acuerdo a su media y mediana. Lo que hace determinar que su dispersión es muy corta en relación a los otros variables; en este caso, los datos son muy homogéneos entre sí. Es por ello que se concluye que este es otro factor de mayor relevancia para el sitio Muyuyacu.

Figura 4. Resumen estadístico para DPTS (El desarrollo de un proyecto sobre turismo sostenible en comunidades rurales sería beneficioso para su comunidad).



En la figura 4 se puede apreciar el resumen estadístico para el factor 30 sobre si “El desarrollo de un proyecto sobre turismo sostenible en comunidades rurales sería beneficioso para su comunidad” cuya nomenclatura es DPTS, en el que se puede apreciar que su A-cuadrado es de 11,78 verificando una alta variabilidad de aceptación por parte de los habitantes de Muyuyacu. Su desviación

estándar es 0,2840 lo cual determina que su distribución normal se encuentra entre 4,8167 y 5 de acuerdo a su media y mediana. Lo que hace determinar que su dispersión es muy corta en relación a los otros variables; en este caso, los datos son muy homogéneos entre sí. Es por ello que se concluye que este es otro factor de mayor relevancia para el sitio Muyuyacu.

DISCUSIÓN

La falta de normalidad en la distribución de las mediciones no representa en sí un resultado adverso; más bien refleja tendencias marcadas o contrapuestas en las opiniones respecto a cada factor (Moyle, Croy, & Weller, 2010). El sesgo hacia alguna de las opciones definidas (no neutrales) nos permite inferir los factores más relevantes o de mayor impacto (Brunt & Courtney, 1999). Un alto valor de la curtosis define la opción marcada por la media y la mediana (Gutiérrez P. & de la Vara S., 2008). De acuerdo a los resúmenes estadísticos obtenidos para cada variable considerada se evidencia que en la comunidad existen recursos naturales potenciales para realizar actividades de turismo, además de contar con recursos culturales y gastronómicos para poder realizar actividades de turismo en la comunidad de Muyuyacu.

La población local considera estar comprometida a desarrollar el turismo en esta comunidad, aunque no en su totalidad, percibiendo que los líderes comunitarios han contribuido, en parte, al mejoramiento de la actividad económica del sitio Muyuyacu. Al respecto, algunos funcionarios públicos han visitado la comunidad para conocer las condiciones de vida de esta comunidad. Además, los pobladores han tenido una capacitación para el desarrollo de emprendimientos en la comunidad de Muyuyacu por medio del cultivo de banano, cacao, y sobre la elaboración de productos artesanales derivados de los mismos. Según su propia percepción, el turismo estimularía la venta de

artesanas e incentivaría efectivamente la creación de nuevos negocios y centros de diversión; daría a la comunidad un mejor desarrollo de la infraestructura de prestación de servicio de su comunidad y fomentaría el trabajo digno en el sector. Por tanto, el desarrollo de un proyecto sobre turismo sostenible sería muy beneficioso para esta comunidad.

Los datos estadísticos desarrollados corroboran que existe un potencial turístico de gran relevancia como para poder motivar en la comunidad el emprendimiento de nuevos negocios basados en el turismo rural. En este caso se elaborarían productos artesanales en base al cacao, tales como chocolates, sombreros y camisas con el logotipo del sitio Muyuyacu. También existen lugares donde se puede construir miradores para apreciar el maravilloso paisaje que tiene este lugar. Por otro lado, se puede hacer senderos naturales para hacer recorridos a pie o en bicicleta en la vasta naturaleza con lindos paisajes y ríos muy limpios. Los habitantes del sitio Muyuyacu tiene una cultura muy interesante en la que han realizado una asociación agrícola en la que buscan fomentar el cultivo de productos orgánicos. Muchas bananeras y cacaoteras ya han conseguido el sello verde por usar solo productos orgánicos para el desarrollo de los cultivos, disminuyendo sustancialmente la contaminación ambiental, tantos en sus tierras como en sus ríos; es por ello, que es muy factible el desarrollo de turismo rural en esta zona del Ecuador.

CONCLUSIONES

La comunidad de Muyuyacu es un lugar potencialmente turístico para desarrollar actividades de turismo rural que aún no se ha aprovechado por parte del Gobierno Autónomo Cantonal ni Provincial.

Los resultados obtenidos en el análisis estadístico reflejan que el turismo rural dará a los habitantes de Muyuyacu trabajo digno y sustentable para el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad rural.

Los habitantes de la comunidad rural de Muyuyacu están conscientes y motivados para desarrollar un proyecto de turismo rural, sólo que necesitan del apoyo de las autoridades gubernamentales para la realización del mismo.

La falta de inversión en infraestructura física turística en la comunidad de Muyuyacu no ha permitido el desarrollo del turismo rural; en este caso, en restaurantes, miradores, construcción de senderos, construcción de complejos recreacionales, entre otros.

Se pudo constatar que los habitantes de la comunidad de Muyuyacu tienen una marcada conciencia ecológica, dado que desarrollan productos en base al cacao y el banano netamente orgánicos sin el uso de productos o sustancias nocivas al medio ambiente.

REFERENCIAS

Benavides, M. (2011). Desarrollo del turismo comunitario, en la comunidad de Monteverde. CITTE, 1-12.

Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host perceptions of so-

ciocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 493-515.

Cala, B. (2006). Evaluación de proyectos de desarrollo turístico rural desde la perspectiva del turismo sostenible. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 99-113.

Faulkner, B., & Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 3-28.

Gutiérrez P., H., & de la Vara S., R. (2008). Análisis y diseño de experimentos (Segunda ed.). Mexico: McGraw-Hill.

Hunger, D., & Vheelen, T. (2011). Administración Estratégica y Política de Negocios. México D.F.: Pearson Educación.

IICA. (2008). Turismo Rural Ecuador.

Jarrín, M. (2014). Diagnóstico de la potencialidad turística de la parroquia de Puenbo, Provincia de Pichincha. *RICIT*, 51-77.

Montgomery, D. C. (2013). Design and analysis of experiments (Eighth ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Moyle, B., Croy, W., & Weller, B. (2010). Community Perceptions of Tourism. *Journal of tourism research*, 353-366.

Muyuyacu. (2015). Muyuyacu. Obtenido de <http://muyuyacuecuador.jimdo.com/atractivos-turisticos/>

Spiegel, M. R., & Stephens, L. J. (2009). Estadística (Cuarta Ed.). Mexico: McGraw-Hill.

Zhunio, B., & Gallardo, G. (2013). Análisis del Potencial Turístico Rural, Artesanal e Industrial de Salinas de Tomabela. Ecuador Oculto, 5-18.

RESEARCH / INVESTIGACIÓN

Seguridad y venta cruzada de las aplicaciones móviles y su relación con la comunicación “boca-oído electrónico” (eWOM) en los aeropuertos

Safety and cross-selling from mobile applications and their relation to electronic word-of-mouth (eWOM) in airports

Lázaro Florido Benítez¹

Resumen: En la actualidad los aeropuertos se promocionan a través de múltiples medios, tales como Internet y en especial mediante aplicaciones móviles, las que están siendo el soporte por el cual las empresas de turismo están canalizando su oferta para mejorar la experiencia del pasajero. La seguridad que aportan las aplicaciones móviles promueve la venta cruzada dentro del aeropuerto, fomentando las opiniones online de los pasajeros de las experiencias vividas dentro del mismo aeropuerto, transformándose en el “boca-oído electrónico”, o eWOM. El objetivo de este trabajo es mostrar el potencial del eWOM como fuente de información para la toma de decisiones de los consumidores en los procesos de compra, gracias a la seguridad que aportan las aplicaciones móviles. Para ello se planean cuatro hipótesis. H1: Un alto nivel de satisfacción del pasajero ejerce una influencia positiva en la promoción boca-oído. H2: La aplicación móvil aporta seguridad y control al pasajero, influyendo en la comunicación boca-oído. H3: La seguridad y control que aporta la aplicación móvil al pasajero favorece el aumento de la venta cruzada. H4: La aplicación móvil como canal de venta cruzada influye en el eWOM. La metodología incluyó el diseño y aplicación de un cuestionario de dos partes a 103 usuarios. La encuesta se aplicó entre el 1° de agosto de 2014 y el 31 de octubre de 2014. El análisis de los resultados permitió rechazar la hipótesis 1 y aceptar las hipótesis 2, 3 y 4. Una implicancia de este trabajo conduce a fomentar las experiencias positivas de los pasajeros dentro del aeropuerto, ser creativos y promocionar campañas de publicidad que muestren a los aeropuertos como un espacio lúdico donde poder disfrutar de lugares tan disímiles como restaurantes, museos de aviación, casinos, pistas de hielo y cine.

Palabras clave: Online, procesos de compra, promoción bo-

ca-oído, campañas de publicidad, espacio lúdico.

Abstract: At present, airports are promoted through multiple media, such as the Internet and particularly through mobile applications, which are the support through which tourism companies are channeling their offers to improve the passenger's experience. The safety that mobile applications provide promotes cross-selling within the airport, encouraging passengers' online opinions of their experiences within the airport itself, becoming electronic word-of-mouth, or eWOM. The aim of this work was to show the potential of eWOM as a source of information for consumers' decision-making in purchase processes, thanks to the safety that mobile applications provide. To do this, four hypotheses were planned. H1: A high level of passenger satisfaction has a positive influence on word-of-mouth promotion. H2: The mobile application contributes to the passenger's safety and control, influencing word-of-mouth communication. H3: The safety and control that a mobile application gives the passenger encourages increased cross-selling. H4: The mobile application as a cross-selling channel influences eWOM. The methodology included the design and application of a two-part questionnaire to 103 users. The survey was applied between August 1, 2014 and October 31, 2014. The analysis of the results rejected hypothesis 1 and accepted hypotheses 2, 3 and 4. One implication of this work leads to promoting passengers' positive experiences within the airport, being creative and promoting advertising campaigns that show airports as a leisure space to enjoy places as diverse as restaurants, aviation museums, casinos, ice rinks and cinemas.

Key words: Online, purchase processes, word-of-mouth promotion, advertising campaigns, leisure space.

(Presentado: 18 de abril del 2016. Aceptado: 20 de mayo de 2016)

¹ Dr. en Turismo y Marketing, Profesor e investigador del Área de Comercialización e Investigación de Mercados, Dpto. de Economía y Administración de Empresas. Universidad de Málaga, España. lfb@quma.es

INTRODUCCIÓN

Actualmente los aeropuertos se promocionan a través de múltiples medios. Debemos reconocer que en estos momentos el medio más importante es Internet y en especial las aplicaciones móviles (en adelante “app”), las cuales están siendo el soporte por el cual el tejido empresarial turístico está canalizando su oferta para mejorar la experiencia del turista. Ya no es suficiente poseer estas cualidades como espacio singular para atraer turistas, la competitividad entre los destinos turísticos ha obligado a todos los agentes implicados a ser más creativos, proactivos y sobre todo a saber diferenciarse de los demás. La interrelación entre las empresas del sector turístico y los usuarios se digitaliza cada vez más, los dispositivos móviles han cambiado los comportamientos y hábitos de las personas, y gracias a esta herramienta el consumidor obtiene mayores indicadores de información que favorece la toma de decisión a la hora de comprar. La dualidad escénica de lo físico y virtual del sector turístico fomenta que las empresas desarrollen sistemas de pagos móviles con la finalidad de mejorar el proceso de compra de los productos y servicios que distribuyen. Keremati et al. (2011) plantean que la facilidad de uso, la utilidad, la confianza, la compatibilidad, el costo, las normas, los hábitos de pagos, la comodidad y una buena conexión del teléfono móvil, son elementos indispensables en la adopción de los sistemas de pagos móviles.

Lo importante de una app no es geolocalizar al usuario o cliente, la esencia de la app en el sector turístico y aeroportuario está en personalizar la experiencia y necesidades del pasajero, con la finalidad de ofrecer productos microsegmentados en el momento adecuado. La competitividad entre los grandes aeropuertos, o “Hub”, ha obligado a los gestores aeroportuarios a mejorar el grado de satisfacción del pasajero y la revitalización de la imagen de dichas infraestructuras. Esto implica que una estudiada planificación de las estrategias de marketing en la venta cruzada será un elemento diferenciador y ventaja competitiva respecto a tus próximos competidores. Es indispensable para los aeropuertos generar ingresos comerciales

y contabilizar los retornos de inversión, donde el grado de satisfacción del pasajero, es una pieza medular destacada a la hora de aumentar los ingresos por actividades de ventas cruzadas.

Los nuevos modelos de gestión de los grandes aeropuertos están siendo orientados a transformarse en grandes centros comerciales. Muestra de ello son los aeropuertos de Changi en Singapur e Incheon en Seúl, donde poseen cine, espacios destinados al ocio y relax, incluido spa y sauna. El Aeropuerto Internacional de Dubái-Al Maktoum en los Emiratos Árabes posee hasta un campo de golf. Esta oferta de productos y servicios dinamiza el disfrute de los pasajeros dentro y fuera de las instalaciones aeroportuarias, incrementando sus niveles de satisfacción, gracias a las experiencias que le ofrece dicha infraestructura y con ello difundan mensajes positivos o negativos del aeropuerto, a través del e-WOM. En los servicios, debido a su intangibilidad, los nuevos consumidores suelen solicitar la opinión de otros consumidores que hayan tenido experiencias personales (Karen et al., 1993).

Los objetivos centrales de esta investigación son analizar la comunicación boca-oído electrónico a través de las aplicaciones aeroportuarias y evaluar como las variables seguridad y venta cruzada inciden en el e-WOM de los pasajeros. En un estudio realizado por López y Sicilia (2013) los resultados demuestran el gran potencial del e-WOM como fuente de información para la toma de decisiones de los consumidores y corroboran la gran importancia que está adquiriendo en el proceso de compra de un producto.

MARCO TEÓRICO

El e-WOM en el sector turístico

La implosión de Internet impulsó un nuevo espacio donde los consumidores podían expresar y difundir sus opinio-

nes sobre la evaluación de los productos y servicios consumidos. Según Villanueva et al. (2007) el e-WOM incluye cualquier comentario, positivo o negativo, emitido por un consumidor potencial, actual o anterior sobre un producto o compañía, el cual es transmitido a una multitud de personas e instituciones a través de Internet. Respecto a la dimensión comunicación boca-oído (en adelante WOM). El e-WOM tiene la ventaja que es una promoción que no tiene coste alguno y que está realizada por una persona anónima que simplemente está dando información, por la que se toma aún más en cuenta por el que recibe la información (Litvin et al., 2008). En los servicios, debido a su intangibilidad, los nuevos consumidores suelen solicitar la opinión de otros consumidores que hayan tenido experiencias personales (Karen et al., 1993).

La literatura sugiere dos tipos de variables que intervienen en el boca-oído, las que influyen en el autor del mensaje y las que influyen en el oyente (Litvin et al., 2008). El desarrollo de nuevas tecnologías ha cambiado la forma en que los consumidores se comunican y ha superado algunas limitaciones del boca a boca tradicional. Los consumidores pueden compartir opiniones sobre productos o marcas a través de foros, chats, páginas de opinión, blogs, redes sociales o cualquier otra aplicación Web (Goldsmith, 2006). En un estudio realizado por López y Sicilia (2013) los autores demuestran el gran potencial del e-WOM como fuente de información para la toma de decisiones de los consumidores y corroboran la gran importancia que está adquiriendo en el proceso de compra de un producto (De Bruyn y Lilien, 2008). La industria turística se ha visto notablemente afectada por el desarrollo de las tecnologías de la información, como el e-WOM, que permite a los usuarios ofrecer opinión online sobre su experiencia como turistas (Berne et al., 2015). Xinwei et al. (2009) distinguen dos formas de e-WOM: sistemas dinámicos y sistemas repositorios. En los sistemas repositorios los usuarios emiten sus opiniones y evalúan productos y servicios siguiendo una escala predeterminada. En los sistemas dinámicos, como los foros de discusión, los usuarios interactúan en tiempo real a través de una estructura interactiva que permite ver

las opiniones de cada uno de los participantes instantáneamente y sin utilizar escalas predeterminadas de evaluación.

La aplicación móvil, una herramienta multifunción

En cierto modo, debemos destacar en esta investigación las aplicaciones móviles, que no es otra cosa que un software adaptado a un dispositivo móvil y que se integra como un instrumento más del mobile marketing. Bellman et al. (2011) defienden la aplicación como una herramienta de promoción, donde se puede generar notoriedad y una imagen positiva de marca. Lo que se pretende es tener una repercusión mediática y fomentar un proceso viral interactivo mediante publicidad, ofertas, descuentos, y premios, a través de la experiencia del consumidor con el dispositivo móvil. Actualmente las aplicaciones se están transformando en canales de ventas, donde la distribución es la puerta de entrada para dicho canal y le permite vender los productos y servicios de la empresa. Expuestas las bondades de este software para los dispositivos móviles, nos inclinamos en este trabajo de investigación a redefinir el concepto de app según Florido-Benítez et al (2015): un software que se utiliza en un dispositivo móvil como herramienta de comunicación, gestión, venta de productos-servicios orientados a proporcionar al usuario las necesidades que demande de forma automática e interactiva. Las funcionalidades que ofrecen las apps son muy numerosas. Con las nuevas demandas que requieren los clientes de hoy día se están desarrollando apps con utilidades profesionales y de ocio que jamás podíamos haber imaginado. Esta sinergia de creatividad está promoviendo nichos de mercado en este campo, con la intención de atender las necesidades de los usuarios y ofrecerles un trato más personalizado. Los nuevos usuarios de smartphone son personas bifuncionales que manejan la realidad del mundo donde viven y se benefician de la ventana virtual que le ofrece el dispositivo móvil. Las apps móviles son las navajas multiusos del futuro, éstas facilitan la vida en cualquier momento y su utilidad es multifuncional. Los

grandes aeropuertos son conscientes de implementar nuevas tecnologías a su actividad comercial y las apps son una herramienta de marketing muy atractivas para mejorar la experiencia del pasajero, promocionar su imagen de marca y fortalecer la comunicación entre aeropuerto-pasajero a través de la app.

Conceptualización de satisfacción

En cuanto al enfoque del ámbito de la referencia, según Giese y Cote (2000) la satisfacción es una respuesta que se da en un momento temporal específico, de duración limitada y referido a determinados aspectos de la compra y/o consumo de un producto. Si un aeropuerto quiere obtener buenos resultados en la satisfacción global del pasajero y ser competitivo, debe articular estrategias y acciones con el fin de lograr un mejor posicionamiento y realizar una entrega de valor superior al consumidor (Gil et al., 2012). Según los autores, para ello debe cuidar todos los aspectos, tanto funcionales como emocionales, vinculados al establecimiento que puedan generar imagen, valor percibido o notoriedad en el consumidor. Yoo et al. (2000) plantean que todos los aspectos anteriormente comentados podrán influir en las percepciones e impresiones de los consumidores y lograr una mayor satisfacción. Por tanto, proponemos la siguiente hipótesis de esta primera variable de investigación:

- **H1:** Un alto nivel de satisfacción del pasajero ejerce una influencia positiva en la promoción boca-oído.

La seguridad en los dispositivos móviles

Otra dimensión del modelo de medición propuesto es la seguridad-control. Este criterio ha recibido en los últimos años una atención considerable entre los investigadores sobre la seguridad en el comercio electrónico debido a la ausencia de contacto físico entre la empresa y los clientes (Janita y Miranda, 2008). Asimismo, la seguridad incluye cuestiones referentes a la confiabilidad de las transacciones, el no repudio de las transacciones y la integridad de

los datos (Hua, 2008). No obstante, también es relevante la fiabilidad, que significa garantizar que las transacciones y la confidencialidad del mensaje sean válidas para evitar su vulneración por parte de códigos maliciosos cuando se transmite a través de la red. Wei y Yangling (2010) reiteran que dentro de los temas clave del comercio móvil está la seguridad de los sistemas de pago; por ende, es importante la adopción de medidas especiales de seguridad para la protección de la información. Se evidencia entonces que los sistemas de pagos y la seguridad para el comercio móvil no se rigen por una infraestructura específica, un lenguaje de programación específico o dependen de una organización en particular, es decir, existen diferentes tecnologías, aplicaciones y organizaciones que ofrecen sistemas de pagos y seguridad. Su implementación depende de las necesidades de la empresa u organización que pretende ofrecer este tipo de servicios a los consumidores (Robayo-Botiva, 2012). No obstante, no podemos negar que existe una desconfianza e inseguridad por parte de los clientes ante tal soporte interactivo. El dispositivo móvil facilita o aumenta experiencias personales y sociales, al tiempo que protege la seguridad del usuario y la privacidad (Shankar et al., 2010). Las acciones a través de esta herramienta se individualizan, tanto en el mensaje como el destinatario del mismo, transmitiendo seguridad al cliente (Okazaki y Méndez, 2013). Por tanto, se propone las siguientes dos hipótesis adicionales:

- **H2:** La aplicación móvil aporta seguridad y control al pasajero, influyendo en la comunicación boca-oído.

- **H3:** La seguridad y control que aporta la aplicación móvil al pasajero en el aeropuerto, favorece el aumento de la venta cruzada.

La venta cruzada a través de la herramienta marketing móvil

En el modelo propuesto exponemos la venta cruzada, en referencia a la utilidad que hace el aeropuerto de la herramienta marketing móvil como canal de venta, para satisfacer las demandas de los pasajeros. Es evidente que cualquier

operador de aeropuerto, al igual que cualquier minorista, tiene que entender su mix de clientes y las instalaciones que posee para que coincida en la mayor medida posible a las necesidades y preferencias de maximizar las oportunidades de los ingresos generados y el retorno de inversión (Graham, 2009). Un aeropuerto tiene muchos clientes, pero los dos más importantes son las compañías aéreas y los pasajeros. Por ello se deben planificar estrategias de marketing en función de las necesidades que los clientes necesitan. Los aeropuertos y las empresas que cohabitan en su microentorno se están transformando en empresas orientadas al comercio electrónico que quieren hacer del móvil su nuevo canal de venta directa o agregadores de información comercial para facilitar y optimizar la venta de productos a los usuarios. Las apps como canal de venta aprovechan la rapidez y sencillez de las transacciones móviles para transformar la impulsividad de sus compradores a ventas. Los motivos principales que motivan a las empresas a adoptar la venta vía móvil son la variedad de apps, el precio, la utilidad del servicio, la creación y mantenimiento de redes, la facilidad de uso, la confianza y seguridad en el servicio y la privacidad en la venta (Shankar et al., 2010). Revisada la literatura de estos autores con la variable venta cruzada, proponemos la siguiente hipótesis que se relaciona con esta dimensión:

- **H4:** La aplicación móvil como canal de venta cruzada influye positiva o negativamente en el e-WOM.

METODOLOGÍA

Inicialmente la metodología de esta investigación se centró en diseñar un cuestionario con la formulación de los ítems específicos de acuerdo con los objetivos y la especificación de las hipótesis de la investigación. El cuestionario se compone de dos partes. La primera consta de 31 ítems medidas en una escala de Likert de 1 a 5 (1 = muy en desacuerdo a 5 = muy de acuerdo) que se adapta mejor a la estructura mental de los encuestados. La segunda parte del cuestionario recoge los aspectos sociodemográficos que permiten delimitar las características de los usuarios de dicha app. La encuesta diseñada para la validación del modelo teórico se efectuó en entre el 1° de agosto el 31 de octubre de

2014. El tamaño de la muestra fue de 103 individuos. Una vez definida la población objeto de estudio "usuarios que utilicen la app Schiphol Amsterdam Airport" y diseñado el cuestionario, se procedió a la recogida de datos. Para lograr los objetivos de esta investigación se utilizaron modelos de ecuaciones estructurales (SEM), los que fueron analizados mediante el modelo Partial Least Squares (PLS) versión 2.0 del programa Smart-M3. Para el análisis de multicolinealidad se utilizó el software SPSS versión 22.

La metodología de SEM es la más adecuada para estimaciones de modelos que incluyen variables complejas y abstractas, no directamente observables (o variables latentes), así como para modelos que plantean múltiples relaciones "causales" entre una o más variables independientes y una o más variables dependientes.

RESULTADOS

Evaluación y validación de los índices formativos

Con el análisis de la validez de contenido aseguramos que el índice formativo agrupe todo el dominio conceptual de la variable latente. Dicho índice debe incluir todas las dimensiones que lo forman. El análisis de la especificidad de los indicadores constituye identificar un conjunto de indicadores que recojan todo el significado del concepto en los términos descritos en la validez del contenido. Respecto al examen de los pesos, lo que se pretende es de interpretar la contribución que cada indicador tiene en la formación de la correspondiente variable (Chin, 1998).

El sistema Smart-PLS nos proporciona estimaciones tanto de los pesos o de las cargas, con independencia de si el ítem concreto es formativo o reflectivo (Diamantopoulos et al., 2008). En conjunto, la tabla 1 recoge el resumen de los índices formativos validados finalmente. No fue necesario eliminar ningún ítem, ya que no se observó existencia de multicolinealidad y, al mismo tiempo, aseguramos la validez de contenido de los constructos. En la tabla 1 se muestran los resultados de la evaluación de los índices formativos.

Tabla 1. Validación de los índices formativos

		Pesos	I- student
VENTA CRUZADA (max_corr-0_383; max VIF-1.3 (T-0.763); max CN-14) R²- 034			
P20 Ventacruzada	El uso de la Aplicación móvil, ofrece una mayor información a la hora de comprar productos y servicios en el aeropuerto	0.442	3.462
P22 Ventacruzada	La aplicación móvil me ofrece ofertas de productos y servicio que me interesan y que iría directamente a comprarlas, ahorrándome tiempo y esfuerzo.	0.425	3.033
P25 Ventacruzada	Tengo intención de comprar nuevos productos y servicios a través de ésta aplicación móvil	0.434	3.535
WOM (max_corr-0.394; max VIF- 1.2 (T-0.80); max CN-16) R²-0.46			
P26e-WOM	Digo cosas positivas sobre esta aplicación móvil a otras personas	0.670	5.014
P27e-WOM	Aliento a mis familiares y amigos para que usen esta aplicación móvil	0.404	2.649
P30e-WOM	Dejo nota del servicio ofrecido, en las reseñas de la aplicación móvil con frecuencia	0.267	1.911

Fuente: Datos de la investigación.

Evaluación y validación de los indicadores reflectivos

A continuación, siguiendo la metodología de análisis en dos etapas propuestas por Anderson y Gerbing (1998), esto es antes de la prueba y evaluación del modelo estructural, debemos completar la evaluación de las escalas reflectivas. Es necesario comprobar la validez convergente y discriminante de los correspondientes constructos (Barclay et al., 1995).

Las investigaciones basadas en PLS evalúan la validez

convergente, puesto que ésta ayuda a determinar si diversos indicadores de un constructo miden lo mismo, para lo cual se requiere que estén altamente correlacionados. En este sentido, y examinando las cargas factoriales de satisfacción y seguridad-control de la tabla 2 podemos observar que todos indicadores se encuentran por encima del valor 0,6. Este umbral favorece la puntuación del constructo sin que ello empeore el ajuste del modelo.

Tabla 1. Validación de los indicadores reflectivos

		Cargas
SATISFACCIÓN Pc (0.86) y AVE (0.50)		
P1Satisfacción	En general, estoy satisfecho con el servicio que recibí en dicha app	0.704
P2Satisfacción	Tengo una sensación agradable usando esta app	0.808
P3Satisfacción	El uso de esta app ha sido una buena experiencia.	0.610
P4Satisfacción	En general, estoy satisfecho con la forma en que se ha gestionado toda la información, productos y servicios del aeropuerto a través de esta app	0.662
SEGURIDAD-CONTROL Pc (0.80) y AVE (0.51)		
P14Segu_control	Creo que puedo fiarme de esta app	0.675
P15Segu_control	Esta app se preocupa por el interés de sus usuarios	0.836
P16Segu_control	Al diseñar esta app su oferta comercial, considera los deseos y necesidades de los usuarios	0.705
P17Segu_control	Esta app da información real	0.716
P18Segu_control	Estoy satisfecho de utilizar esta app, ya que me ofrece seguridad y control de mi tiempo dentro del aeropuerto	0.686
P19Segu_control	Una vez pasada la zona de control de seguridad y establecido en la zona de embarque, el saber estar informado a través de la app me da tranquilidad.	0.644

Fuente: Datos de la investigación.

Modelo de medición

En resumen, y teniendo en cuenta los análisis previos, podemos concluir que el modelo propuesto permite explicar y predecir de una forma bastante aceptable, que la seguridad de las aplicaciones aeroportuarias y

la venta cruzada favorecen la comunicación boca-oído. En la tabla 3 se muestra la validación de las hipótesis planteadas en este trabajo de investigación a través de las relaciones Path Diagrama.

Tabla 3. Validación de los índices formativos

Número Hipótesis	Relación	Path Coeff.	Sample Mean	Standard Deviatión	Standard Error	T Student	Resultado
H1	Satisfa → WOM	0,150	0,128	0,094	0,094	1,292	Rechazada
H2	Sec_Con → WOM	0,210	0,224	0,099	0,099	2,308	Aceptada
H3	Sec_Con → Crossselling	0,365	0,317	0,120	0,120	2,572	Aceptada
H4	Crossselling → WOM	0,490	0,480	0,084	0,084	5,628	Aceptada

Fuente: Datos de la investigación.

El análisis de los resultados conducen a rechazar la hipótesis 1 ($\beta = 0,150$; $t = 1,292$), ya que no muestra una asociación significativa de la satisfacción con el e-WOM. Su coeficiente estimado es positivo pero no significativo. En cuanto a la hipótesis 2 ($\beta = 0,210$; $p < 0,01$) la aplicación móvil aporta seguridad y control al pasajero, influyendo en la comunicación boca-oído, es aceptada.

Los resultados muestran que la seguridad-control que aporta la herramienta mobile marketing al pasajero tiene un impacto positivo y significativo en la venta cruzada ($\beta = 0,365$; $p < 0,01$), por tanto aceptamos la validez de la hipótesis 3. En consonancia, la hipótesis 4 plantea a la aplicación móvil como canal de venta, mostrando una práctica exponencial y nivel de impacto muy alto en los resultados del coeficiente path sobre la influencia en la comunicación boca-oído ($\beta = 0,490$; $p < 0,001$) admitiendo la validez de la tercera hipótesis. Las apps como canal de venta aprovechan la rapidez y sencillez de las transacciones móviles para transformar la impulsividad de sus compradores a ventas. La rapidez y el gran potencial del boca a boca electrónico como fuente de información para la toma de decisiones de los consumidores a la hora de comprar, hace que las empresas tomen en cuenta el e-WOM como un valor añadido en la venta de sus productos y servicios. Algunos estudios muestran que el e-WOM se ha convertido en la fuente de información más fiable para los internautas (Calderón, 2014), de manera que unos pocos comentarios pueden tener efectos notables en el comportamiento de muchos consumidores en el futuro. Un factor importante que interfiere en la autenticidad y credibilidad de la información emitida a través del e-Wom es la fuente emisora del mensaje, la que determina la influencia en el proceso de decisión del boca a boca electrónico.

El marketing móvil es una herramienta más dentro de la cartera de productos que posee las empresas o aeropuertos en sus planes de marketing. Es indispensable que los aeropuertos estén en donde están sus clientes, tanto en los medios de comunicación como en los dispositivos móviles, por lo que han de considerar la app como una herramienta más en sus estrategias de marketing-mix. Autores como Okazaki y Méndez (2013), y Wang et al. (2014) exponen que el marketing móvil aporta infinidad de atributos a las empresas, mejorando la experiencia del usuario en el entorno en que se ubica. Respecto a la seguridad-control que aporta la app al pasajero en el aeropuerto, se ha constatado que favorece el aumento de la venta cruzada.

La seguridad en el m-commerce, ha recibido en los últimos años una atención considerable entre los investigadores y las empresas que han visto este canal el futuro de su actividad empresarial. Principalmente, porque ha cambiado el modelo de compra físico cara a cara entre empresa-cliente y hemos pasado a un usuario sentado en el salón de su casa o que está paseando en la calle, que gestiona la información de los productos y servicios que le interesa, para a continuación comprarlo y consumirlo en el mismo momento o que le envíen el producto a casa.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En primer lugar, los resultados obtenidos no constatan influencia alguna entre el nivel de satisfacción y su poder de influir positivamente en la promoción boca-oído. Estos resultados, indudablemente sorprendentes, nos inducen a pensar que los aeropuertos no dan mucha importancia a desarrollar ideas creativas con la finalidad de involucrar al público para difundir mensajes positivos y se transformen en mensajes virales. Entendemos que existe un gran número de pasajeros que perciben los aeropuertos como un lugar de tránsito donde poder llegar o salir a su destino, desconociendo que en el interior de la terminal se ubican espacios de ocio y entretenimiento, para disfrute de los pasajeros mientras esperan la salida de su vuelo o clientes que esperan dentro de la terminal a sus amigos o familiares.

Los resultados obtenidos son concluyentes al demostrar la seguridad-control que aporta la app al usuario incrementan las ventas. Las acciones a través de esta herramienta se personalizan en el mensaje y destinatario, transmitiendo seguridad al usuario. El pasajero se siente más seguro a la hora de comprar vía online a través de su dispositivo móvil, dado que éste concibe a su smartphone como un instrumento personal, aportándole unas garantías de seguridad a la hora de adquirir productos y servicios que ha demandado. No obstante, hemos estudiado cómo la app aporta seguridad y control al pasajero, influyendo en la comunicación boca-oído. Nuestros resultados son apodícticos con respecto a que la seguridad-control que le aporta la app al pasajero influye en la comunicación boca-oído. El e-WOM ofrece una fiabilidad y seguridad de la fuente, ya que emisor y receptor no tiene por qué conocerse previamente, por lo tanto uno no tiene que confiar en la honestidad del otro. Al contrario del WOM tradicional que la mayoría de las veces son conocidos, familiares o compañeros.

Con las apps uno tiene toda la información que requiere y en función de esos contenidos el usuario está más seguro de las decisiones que va a tomar. Si esa información proviene de personas que han disfrutado de la experiencia de un viaje, describen las características y servicios de un hotel o informan de que la app de un aeropuerto no ofrece descuentos en determinados establecimientos, el usuario obtiene mayores indicadores de fiabilidad para consumir o no dicho servicio y podrá forjarse una valoración positiva o negativa en función de las opiniones de otros usuarios. La rápida propagación y a tiempo real del e-Wom ofrece una rápida subsanación del error y respuesta a estos comentarios negativos por parte de la empresa, compañía o servicio. Escuchar a un cliente y atender su queja inmediatamente es esencial para mantener una fidelización. Las quejas o reclamaciones dan a sus vez una oportunidad de mejorar y fidelizar, pues cuando alguien se queja, en general también está demostrando un interés. La app como canal de venta cruzada influye positiva o negativamente en la comunicación boca-oído. En este sentido, debemos señalar que los resultados demuestran la correlación de la app como canal de venta cruzada e influye considerablemente en los comentarios positivos o negativos a través del e-WOM. Además, se observa una cierta complementaridad en estos dos constructos, según la experiencia positiva o negativa del pasajero y su valoración con el producto o servicio comprado, determinará los comentarios que el pasajero deje en las reseñas de la app o en la pestaña leer comentarios de la web.

Finalmente, es interesante dar un ejemplo de cómo potenciar la viralidad de la comunicación boca-oído a través de las apps. Se deben fomentar las experiencias positivas de los pasajeros dentro del aeropuerto, ser creativos y promocionar campañas de publicidad que transmitan que estas infraestructuras además de ser un nodo intermodal, es también un espacio lúdico donde poder disfrutar de los restaurantes, museos de aviación, casinos, pistas de hielo, y cine. Las mejores herramientas para fomentar la viralidad del e-WOM son Facebook, Twitter, Youtube, WhatsApp, y MMS, entre otras. El e-WOM se ha convertido en la fuente de información más fiable para los internautas, la viralidad de comentarios de experiencias positivas favorecen la promoción de la imagen del aeropuerto en los pasajeros, además de reducir costos en publicidad. "Promocionemos experiencias positivas de nuestros clientes" y ellos serán los que difundan nuestra marca en todos los medios interactivos. Animo a que pongan "Mejor aeropuerto del mundo" en la Web o la app de YouTube, de los 20 primeros

resultados ofrecidos en este canal, catorce son experiencias de pasajeros vividas dentro de la terminal.

Referencias

- Anderson, C., y Gerbing, D. (1988).** Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological bulletin*, Vol. 103, N° 3, pp. 411-423.
- Barclay, D., Higgins, C., & Thompson, R. (1995).** The partial least squares (PLS) approach to causal modeling: Personal computer adoption and use as an illustration. *Technology studies*, Vol. 2, N° 2, pp. 285-309.
- Bellman, S., Potter, R., Hassard, S., Robinson, A., & Varan, D. (2011).** The Effectiveness of Branded Mobile Phons Apps. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 25, N° 4, pp. 191-200.
- Berne, C., Pedraja, M., y Vicuta, A. (2015).** El boca-oído online como herramienta para la gestión hotelera. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol. 24, pp. 591-608.
- Calderón, M. (2014).** El uso del boca a boca electrónico en los turistas en función de su nivel de maximización. (Trabajo Fin de Master). Universidad Politécnica de Cartagena.
- Chin, W. W. (1998).** Issues and opinion on structural equation modeling. *Management Information Systems Quarterly*, Vol. 22, N° 1, pp. 7-16.
- De Bruyn, A. y Lilien, G. (2008).** A multistage model of word-of-mouth influence of viral marketing. *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 25, N° 3, pp. 151-163.
- Diamantopoulos, A., Riefler, P., & Roth, K. P. (2008).** Advancing formative measurement models. *Journal of Business Research*, Vol.61, N°12, pp. 1203-1218.
- Florida-Benítez, L., del Alcázar, B. y González, E. (2015).** El beneficio de la gestión de relación entre las empresas y turistas a través de las aplicaciones móviles como herramienta de marketing y elemento diferenciador de los destinos turísticos. *Journal of Tourism Research*, Vol. 5, N° 2, pp. 57-69.

- Giese, L., y Cote, A. (2000).** Defining consumer satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*, Vol. 1, N° 1, pp. 1-34.
- Gil, I., Ruiz, M., Berenguer, G., & Corraliza, A. (2012).** Determinantes de la lealtad hacia la tienda: la influencia del capital de marca de la tienda, de la satisfacción y de las características personales. *XXIV Congreso Nacional de Marketing*. Madrid: ESIC.
- Goldsmith, R. (2006).** Electronic word-of-mouth. *Encyclopedia of E-Commerce, E-Government and Mobile Commerce*. Medhi Khosrow-Pour.
- Graham, A. (2009).** How important are commercial revenues to today's airports? *Journal of Air Transport Management*, Vol.15, N°3, pp.106-111.
- Hua, J. (2008).** Study on mobile e-commerce security payment system. *International Symposium on Electronic Commerce and Security*. Recuperado de: <http://0-ieeexplore>
- Janita, M., & Miranda, F. (2008).** Las dimensiones de la e-calidad como fuente de ventaja competitiva. *Boletín económico de ICE*, pp. 2944, 47-70.
- Karen, M., Judd, B. y Russ, A. (1993).** Interactive marketing: The influence of participation on positive word-of-mouth and referrals. *Journal of Services Marketing*, Vol. 6, N° 4, pp. 5-14.
- Keramati, A., Taeb, R., Mousavi, A., y Mojir, E. (2013).** A combinative model of behavioural and technical factors affecting Mobile-payment services adoption: an empirical study. *The Service Industries Journal*, Vol. 32, N° 9, pp. 1489-1504.
- Li, Y.M., y Yeh, Y.S., (2010).** Increasing trust in mobile commerce through design aesthetics. *Computer Human Behavior*, Vol. 26, N° 4, pp. 673-684.
- Litvin, S., Goldsmith, R. y Pan, B. (2008).** Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, Vol. 29, N° 3, pp. 458-468.
- López, M. y Sicilia, M. (2013).** Boca a Boca tradicional vs. Electrónico. La participación como factor explicativo de la influencia del boca a boca electrónico. *Revista española de investigación de marketing*. ESIC, Vol. 17, N° 1, pp. 7-38.
- Okazaki, S., y Méndez, F. (2013).** Perceived Ubiquity in Mobile Services. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 27, N° 2, pp. 98-111.
- Robayo-Botiva, D. (2012).** El comercio móvil: una nueva posibilidad para la realización de transacciones electrónicas. *Revista Memorias*, Vol. 10, N° 17, pp. 57-72.
- Shankar V., Venkatesh A., Hofacker C., & Naik P. (2010).** Mobile Marketing in the Retailing Environment: Current Insights and Future Research Avenues. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 24, N° 2, pp. 111-120.
- Villanueva, J.; Aced, C. y Armelini, G. (2007).** Blogs corporativos: una opción, no una obligación. *Cuadernos de e-Business Center PriceWaterCooper and IESE Business School*. Recuperado de: <http://www.eb-center.org>
- Wang, D., Xiang, Z. y Fesenmaier, R. (2014).** Adapting to the mobile world: A model of smartphone use. *Annals of Tourism Research*, Vol. 48, pp. 11-26.
- Wei, N., y Lin, B. (2008).** Business-based enterprise m-commerce models. *4th International Conference on Wireless Communications, Net-working and Mobile Computing*.
- Xinwei, W., Hock-Hai, T., y Kwok-Kee, W. (2009).** What Mobilizes Information Contribution to Electronic Word-of-Mouth System? Explanations from a Dual-Process Goal Pursuit Model. *Association for Information Systems*, pp- 1-29.
- Yoo, B., Donthu, N., y Lee, S. (2000).** An examination of selected marketing mix elements and brand equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 28, N° 2, pp. 195-211.

RESEARCH / INVESTIGACIÓN

El turismo comunitario como estrategia para la visibilización y revalorización de la memoria musical de los pueblos kichwa de Imbabura-Ecuador

Community tourism as a strategy for the visibility and appreciation of the musical memory of the kichwa people of Imbabura, Ecuador

Nhora Benítez¹, Jorge Albuja² & Cristina Vaca³.

Resumen: Ecuador es un país de extraordinaria riqueza cultural en diversos ámbitos, tales como bienes arqueológicos, documentales, tradiciones y expresiones orales, artes del espectáculo, rituales y actos festivos, y usos relacionados con la naturaleza. En Imbabura-Ecuador se registran al menos 38 ritmos de los 60 registrados en todo el país los cuales se mantienen vigentes en las celebraciones familiares y comunitarias. Sin embargo la memoria musical como rasgo identitario de los pueblos kichwa se encuentra amenazada por el inevitable proceso de aculturación, como efecto de la globalización. A partir de la herencia musical el turismo se convierte en un eje estratégico para el aprovechamiento sustentable de los recursos culturales de la población indígena. La presente investigación propone estrategias para el rescate, visibilización y revalorización de la música ancestral y tradicional a través del turismo comunitario. Es una investigación con enfoque cuantitativo y cualitativo para conocer y explicar el patrimonio musical de población kichwa. Los resultados muestran que existen alrededor de 150 operaciones de turismo comunitario en todo el Ecuador, el 36% se concentra en la provincia de Imbabura y el 85% corresponde a iniciativas de los pueblos kichwa. Es evidente que la memoria musical revitalizará los diferentes destinos y productos turísticos, por lo tanto, el turismo constituye la mejor estrategia de rescate y difusión de la riqueza musical. Una importante implicancia de este trabajo radica en la necesidad y compromiso de integrar en la oferta la música y la danza de los pueblos indígenas.

Palabras clave: Aculturación, herencia musical, recursos

culturales, población indígena, música y danza.

Abstract: Ecuador is a country of extraordinary cultural wealth in several areas, including archaeological assets, documentary heritage, oral traditions and expressions, performing arts, rituals and festive events, and uses related to nature. At least 38 of the 60 rhythms recorded in the entire country are recorded in Imbabura, Ecuador, which are kept alive in family and community celebrations. However, musical memory as an identifying feature of the kichwa people is threatened by the inevitable process of acculturation, as an effect of globalization. Using musical inheritance as a starting point, tourism becomes a strategic axis for the sustainable use of the indigenous population's cultural resources. This study proposes strategies for the rescue, visibility and appreciation of ancestral and traditional music through community tourism. It is a study with a quantitative and qualitative approach to know and explain the musical heritage of the kichwa people. The results show that there are around 150 community tourism operations across Ecuador, 36% of which are concentrated in the province of Imbabura and 85% are initiatives by the kichwa people. It is evident that musical memory will revitalize the different tourist destinations and products; therefore, tourism is the best strategy to rescue and disseminate musical wealth. One important implication of this work lies in the need and commitment to integrate the music and dance of the indigenous people into what is offered.

Key words: Acculturation, musical inheritance, cultural resources, indigenous population, music and dance.

(Presentado: 05 de mayo de 2016. Aceptado: 08 de junio de 2016)

¹ Doctorado en Gestión de Destinos Turísticos Sustentables. Universidad Técnica del Norte. Ecuador. nmbenitez@qutn.edu.ec

² Máster of Science Colegio Nacional Ibarra. Ecuador. albuja.jorge1@gmail.com

³ Universidad Técnica del Norte. Ecuador. cvaca@qutn.edu.ec

INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país Iberoamericano localizado en la Costa noroccidental de América del Sur. Limita por el este y por el sur con Perú, al norte con Colombia y al noroeste con el Océano Pacífico y las Islas Galápagos, mismas que se ubican a 1.000 kilómetros de la Costa. Ecuador cubre una superficie de 256.370 km² de tierra, y es el tercer país más pequeño de Sudamérica después de Uruguay y las Guayanas. Su extensión es semejante a la de Nueva Zelanda, Burkina Faso o Guinea, y de acuerdo al Censo del 2010 registra 61 habitantes por km². Es un país de extraordinaria riqueza cultural, lo que ha forjado la identidad de cada uno de sus pueblos y nacionalidades. En pleno siglo XXI es posible conocer bienes arqueológicos; documentales; muebles e inmuebles; así como interactuar y vivir las tradiciones y expresiones orales; artes del espectáculo, como música, danza y teatro; usos sociales; rituales y actos festivos; conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, incluyendo la artesanía.

En música ecuatoriana se reconocen los siguientes ritmos: Albazo (indígenas, mestizos), Aire típico (mestizos), Alza (mestizo), Capishca (mestizo/exprimir), Danzante, Fox-incaico (indígenas, mestizos/trote del zorro), Pasacalle (mestizo), Pasillo (mestizo), Sanjuanito, Yaraví, Tonada, Yumbo, Marimba, Abago, Agua corta, Agua larga, el Bombo, Guasá, Arrullos, Cununos, Alabaos, Chigualos, la Canoita, Torbellino, Mapalé, Habanera, Amorfino, Andarele, Arroz quebrado, Caderona, Cachullapi, Chigualo, Costillar, Curiquingue, Habanera, y vals, entre otros. Los afroimbabureños disfrutaban de la Bomba amenizada por la banda mocha. En la Amazonía ecuatoriana también se encuentran algunos ritmos musicales que representan a la población indígena, entre los que se destacan el Anent y el Nampet (cantos sagrados a la naturaleza). Ecuador es un país poseedor de un extraordinario folklore. Entre las fiestas más reconocidas se mencionan La Mama Negra, El Coraza, La Fiesta de Corpus Cristi, Pawcar Raymi, Inty Raymi, Koya/Killa Raimy,

y Kapak Raimy, entre otras. Cabe indicar que las cuatro últimas son consideradas las fiestas mayores de los pueblos kichwas de Imbabura. El Ecuador de hoy es el resultado de un fuerte sincretismo cultural desde sus orígenes. En los pueblos kichwas de Imbabura (Otavalo, Karanki y Natabuela) no solamente se entonan, bailan o escuchan algunos de los ritmos antes mencionados, sino también ritmos modernos, como el pop, rock, electrónica, salsa, merengue, cumbia, reguetón, y techno, entre otros. Con la finalidad de recuperar sonidos y expresiones musicales ancestrales, actualmente existen algunos proyectos que combinan el pasado con las tendencias modernas, como es el caso del techno-sanjuanito o techno-pasacalle. En algunos museos arqueológicos del país también se están realizando importantes estudios de los instrumentos musicales que utilizaron los diferentes pueblos prehispánicos con la finalidad de conocer y recuperar el patrimonio sonoro musical, que eran comunes en la vida cotidiana, ceremonial y funeraria de aquellos asentamientos.

A partir de la herencia musical, el turismo se convierte en la estrategia para el aprovechamiento sustentable de los recursos culturales de la población indígena. Es así que el presente trabajo plantea el desarrollo del turismo comunitario como estrategia para visibilizar y revalorizar la memoria musical de los pueblos kichwas de Imbabura. En este sentido es importante mencionar que en la actualidad Ecuador registra alrededor de 150 operaciones de turismo comunitario, de las cuales el 36,6% se concentran en la Provincia de Imbabura y el 85% son de iniciativa kichwa. Actualmente funcionan 33 emprendimientos indígenas kichwas, de los cuales el 60% son de iniciativa del Pueblo Otavalo, el 37% del pueblo Karanki y el 3% del pueblo Natabuela. En relación a la oferta el 85,5% comercializa alojamiento en albergues comunitarios, gastronomía local, servicios de guianza, medicina ancestral y un 19% ofrece productos agroindustriales y agroturismo.

En los siguientes epígrafes se evidenciará el cumplimiento de los objetivos de esta investigación, tales como determinar la importancia y cronología histórica de los ritmos musicales ecuatorianos, establecer la riqueza musical correspondiente a los pueblos kichwas de Imbabura, definir indicadores y cifras turísticas del Ecuador e Imbabura, determinar la oferta de turismo comunitario de los pueblos kichwas de Imbabura, y plantear estrategias para fortalecer la oferta de turismo comunitario en base a la memoria musical.

Importancia y Cronología Histórica de los Ritmos Musicales Ecuatorianos

La historia musical en Ecuador es tan antigua como la misma existencia del hombre en este territorio. Para una mayor comprensión se sitúa la antigüedad del hombre en el ecuatoriano en base a los restos paleontológicos humanos encontrados en Otavalo (provincia de Imbabura), Cotacollao (provincia de Pichincha), Punín (provincia de Chimborazo), Paltacalo (provincia de Loja) y Real Alto y Las Vegas (provincia del Guayas), que datan de hace 12.000 años. Es por ello que se asume que fueron pueblos nómadas (Ayala, 2008).

Ayala (2008) distingue distintas etapas en la historia de Ecuador iniciando con la época del Pre-cerámico (12000 a.C – 3500 a.C) que hace referencia a la existencia de sociedades primitivas, caracterizadas por ser nómadas. Las mujeres se dedicaban a la recolección, mientras que los hombres a la caza y pesca. En este periodo el hombre conoció el ritmo, el sonido y el silencio, a través del uso de herramientas que ofrecía la naturaleza en su estado natural para transformarlas en instrumentos de percusión y producir sonidos con tan solo golpearlos. Los hallazgos realizados en cuevas y tumbas demuestran el uso de conchas, madera, piedras, y huesos de animales, entre otros. Tales objetos fueron utilizados para animar sus posibles ritos.

Luego se da paso al Formativo (3500 a.C – 500 a.C) que equivale a la fase neolítica, tiempo en el cual aparecen aldeas agrícolas, aunque incipiente, pero se convierte en el sustento económico de la población. La caza se reduce, pero la pesca tuvo la misma importancia que la agricultura. En este periodo el hombre fue aprendiendo a escuchar e imitar sonidos naturales como el del viento, silbidos de aves, y el agua, entre otros. Es así, que con la creación de la cerámica también se fomentó la creatividad, el ingenio y habilidades humanas plasmadas en la elaboración de objetos que reproducían sonidos en armonía con la naturaleza. Es de suponer que fueron inspirados por el trinar de las aves, el sonido de la lluvia, el viento, los árboles, el agua recorriendo a través de la vegetación, a partir de lo cual se dio vida al imparable e incomparable ingenio, habilidad manual y funcionalismo que dieron a los utensilios de cerámica, piedra, hueso, metales y madera. Logrando provocar la emisión de sonidos, como lo demuestran los tambores, flautas y algunos silbatos monofonales, bifonales de carácter antropomorfo, zoomorfo y fitomorfo, que pertenecieron a los asentamientos humanos de aquella época, y que hoy se configuran como evidencia de su evolución musical.

Luego la fase del Desarrollo Regional (500 a.C – 500 d.C) en la cual prevalece la agricultura masiva, las clases sociales, mismas que provocaron la división del trabajo, además la alfarería, los metales y los textiles alcanzaron un diseño y estilo artístico sin precedentes. Godoy (2012) manifiesta que si bien existió una forma de escritura o de representación de los fragmentos musicales preincaicos, la música en este período alcanzó un desarrollo socio político y cultural de gran importancia. Es así que los investigadores y musicólogos han tenido el reto y el gran desafío de reproducir los sonidos que de los objetos y/o evidencias encontradas a través del tiempo en tumbas y urnas funerarias de caracoles marinos (churos–aerófonos); rondadores pequeños (líticos); rondadores de arcilla; zampoñas (ron-

dadores gigantes); flautas de arcilla, hueso, carrizo, tunda, guadua (horizontales/verticales); tambor; sonajeros (idiófonos); ocarinas; silbatos antropomorfos, zoomorfos, totémicos, míticos.(representar sonidos de animales); botellas silbato (algunas con agua), entre muchos otros.

La fase de Integración (500 d.C – 1500 d.C) es caracterizada por la formación de grandes señoríos, confederaciones y en algunos casos naciones y estados. Es evidente que los objetos artísticos en esta fase histórica se redujeron al campo del culto, lo funerario y el lujo. Dicha conclusión la efectúa en base a las evidencias encontradas en tumbas de personajes que representaban poderío, así como lo encontrado en ruinas, sitios de adoratorios y templos. Godoy (2012), en su investigación sobre patrimonio musical, se refiere a la importancia de la música en este periodo, ante lo cual resalta la exaltación del amor y la belleza (arahui, wawaki), para fines fúnebres o la muerte (wakana, ayarachi, ayataki) para ofrendar a la tierra por los favores recibidos, como fue la agricultura (jahuay), también música y danza de la alegría (kashua) y no podía faltar en esta fase de expansión y consolidación de grandes cacicazgos los cantos de guerra y victoria (aucay aylli). Los objetos musicales de esta época se caracterizan por el exceso de adornos con fines ceremoniales, sobre todo en los asentamientos de la Costa, entre las cuales destacó la Cultura Jama-Coaque. En dichos objetos y que actualmente se exhiben en algunos museos pertenecientes administrados por el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador, se aprecian figuras de sus deidades como el sol, la luna, venados, cóndor, monos, y pumas, entre otros. Para finales del período de Integración se hace referencia a la invasión y expansión Incaica. Los instrumentos musicales de esta cultura son muy parecidos a los asentamientos preincaicos, como resultado de esta conquista se fortalece la elaboración y uso de estos objetos. Entre sus expresiones artísticas se resalta el canto (wakay, cantak); arahui (arawi, yaravi): poesía dicha cantada en forma

de verso; huahuaki (wawaki) que era una forma de poesía kichwa (forma dialogada hombre y respondía mujer); kashua referido al canto y danza de la alegría (género de poesía); taki es una canción representada en el tambor, misma que resaltaba las virtudes de los grandes curacas y la naturaleza; takina lograba hacer cantar y hace bailar a los demás, entre otras.

Los periodos de Integración e Inca (esta último 70 años) dieron paso a la época Colonial, que abarca desde la Conquista española (1529-1534) y se desarrolla durante la implantación del Orden Colonial (1534-1593), auge del orden Colonial (1593-1721) y redefinición del Orden Colonial (1721-1808). Para los conquistadores españoles la música indígena sonaba infernal, impía, marcial, fúnebre y lúgubre, ante lo cual, muchos instrumentos de uso ritual fueron destruidos. Las primeras misiones gestionaron la creación de coros para música religiosa a través de músicos europeos, con el propósito de incentivar y/o presionar el cambio de creencias religiosas. Es así, que durante los siglos XV y XVI se consagró la música sagrada o sacra, en referencia a los cantos gregoriano, ambrosiano, motetes, himnos y misas destinadas a los actos litúrgicos eclesiásticos con maestros traídos de Sevilla y Toledo.

La primera escuela de música española se crea en 1535, cuyos gestores y fundadores fueron cuatro sacerdotes de la Orden Franciscana, entre ellos Fray Jodoco Ricke de Malina, Pedro Gosseal de Louvain (flamencos), también Pedro Rodeñas y Antonio Rodríguez, con estudiantes en su mayoría indígenas, también españoles. Luego en 1551, por gestión de Ricke y Francisco Morales, se funda el Colegio San Juan de Evangelista en el Convento de San Francisco, mismo que en 1555 tomaría el nombre de Colegio de San Andrés. Así se desarrollaron grandes artistas españoles, criollos e indígenas, que actualmente su obra puede ser conocida en los grandes museos del Ecuador, como es el Museo Metropolitano de Quito.

Desde luego, la música en la Colonia no solamente fue religiosa; según Cieza de León (cronista), también se introdujeron canciones populares de origen Ibérico, con el propósito de sepultar la idolatría, logrando que los indígenas practiquen nuevos bailes, danzas y que estuvieran ofrecidas al culto religioso católico. Sin duda, el auge musical a nivel religioso y popular español se mantuvo hasta finales del siglo XVIII.

Según Godoy (2012) los instrumentos musicales que trajeron los conquistadores fueron la vigüela, corneta y el tambor de guerra, tamboriles y arpas, teclas, flautas, sacabuches, chirimías, entre otros. De acuerdo a Sandoval (2009) desde finales del siglo XVIII se introdujeron formas musicales europeas, no españolas y que fueron practicadas por españoles y criollos de la alta sociedad ecuatoriana de aquel entonces.

Entre las expresiones artísticas se resalta la ópera y música dramática desde Italia; el minué que es una danza cortesana desde Francia (s. XVIII y XIX); la rondeña es un baile tipo fandango proveniente del sur de España; zapateado es una danza española de Andalucía, cuyo ritmo es marcado con el taconeo; la polca nacida casi al mismo tiempo que el vals se populariza a partir de 1840, posiblemente desde Checoslovaquia; la cuadrilla o quadrilla muy reconocida en el siglo XIX, fue considerada danza de sociedad; el vals llega en segunda mitad del siglo XIX, la mazurca es una danza polaca, también el pasodoble, y la contradanza, entre otros.

Otra época decisiva coincide con la Independencia, un proceso lento con tres momentos claves (1808-1812, 1812-1820, y 1820-1822), en general fueron tiempos de insurrecciones, rebeliones contra el gobierno español de naturaleza napoleónica. Como consecuencia de esta realidad se da lugar a la constitución de la Gran Colombia, que se extiende desde 1822 a 1830, recordado como un país extinto de la actual América del Sur, mismo que se configuró a partir de entidades coloniales, aunque desapareció en 1830 debido a las grandes diferencias entre el federa-

lismo y centralismo. Fue una época en que la identidad musical ecuatoriana se fue forjando y así se empezó el Proyecto Cultural Libertario, en donde las estructuras sociales se modificaron un poco en favor de las masas, aunque todavía era fuerte y evidente la influencia del clero.

Luego de haber hecho realidad tan ansiada independencia se da lugar al proyecto nacional criollo de 1822-1830, proyecto nacional mestizo 1895-1960 y el proyecto nacional de la diversidad desde 1960 hasta el presente. En sus inicios en el campo musical se hicieron realidad algunos proyectos, entre ellos la creación del Conservatorio Nacional de Música, de la Orquesta Sinfónica Nacional y otras instituciones musicales de gran aporte al desarrollo cultural musical y al mantenimiento del patrimonio intangible. Hasta el presente son innumerables los grandes proyectos y acciones en favor del desarrollo musical del Ecuador, debido a lo cual y a la tradición oral y auditiva, aún perviven importantes géneros musicales, fiestas, ritos e instrumentos musicales de herencia ancestral. Como producto de este sincretismo cultural, actualmente en el Ecuador se reconocen diversos géneros musicales. Aquellos practicados por indígenas y mestizos son el Yaraví, Pasacalle, Danzante, Fox- incaico (trote del zorro), Arroz quebrado, Costillar, Curiquingue, Vals, Yumbo, Carnaval, Saltashpa, Cachullapi, Capischa, y Fandango, entre otros. Estos ritmos musicales, en su mayoría son monótonos, tristes, profanos, guerreros, bulliciosos, festivos, por lo que evocan y provocan fuerza, coraje y poderío en quienes lo practican. Continuando con los ritmos del Ecuador se hace especial mención a los practicados en la Amazonía ecuatoriana por parte de la población indígena, entre los que se destacan el Anent y el Nampet (cantos sagrado a la naturaleza).

El Pueblo Afroecuatoriano tiene sus expresiones artísticas muy propias, que se destacan por su alegría, color, ritualidad y encanto de su gente, algunos de los ritmos son la Marimba, El Bombo, Guasá, Arullos, Cununo, Alabaos, Chigualos, Agua corta, Agua larga, La canoita, El Torbellino,

Mapalé, Andarele, y Habanera, entre otros. Los afroimbabureños disfrutaban de la Bomba amenizada por la banda mocha. Además de la gran gama de los ritmos musicales antes mencionados, las generaciones actuales también escuchan y bailan el Pop, Rock, Electrónica, Salsa, Merengue, Cumbia, Reguetón, Techno, entre muchos otros géneros de gran influencia y modernidad. Es importante destacar que, con el afán de rescatar expresiones culturales ancestrales, algunas agrupaciones (orquestas, bandas, grupos) y solistas se encuentran realizando mezclas que unifican el pasado y el presente para sostenerse en el futuro, como es el caso del techno-sanjuanito o techno-pasacalle, entre otros.

Entre los ritmos musicales que perviven en Ecuador en menor o mayor grado se encuentra el Yaraví (Harawi), de origen prehispánico en la región andina. Según D'Harcourt (1990) proviene del término Harawí incaico, cuyo significado en lengua kichwa por las partículas aya-aruhui, en lo cual "aya" se traduce difunto y "aru" hablar, por lo tanto se refería a los cantos de despedida que se efectuaban en los cortejos fúnebres o de los muertos, por lo tanto su ritmo era melancólico.

Luego de la colonización, el yaraví no solamente fue indígena sino que tuvo amplia aceptación y práctica por parte de los mestizos con influencias de la poesía europea proveniente de los trovadores. Es así que, para comienzos del siglo XIX se cantaba con fines románticos, asociado al amor imposible, lejano o perdido.

Según Moreno (1957), citado por Aceldo en el 2012, un yaraví muy popular en el norte de Ecuador es el Yupaychishka que traducido al español significa adorable. Algunos temas de Yaraví que aún se escuchan y tienen amplio reconocimiento en el contexto nacional e internacional son "Despedida" cantada por el dúo Ayala Coronado, muy arraigada en Arequipa-Perú; "Pobre barbilla mía" más conocido como "la barquilla", basado en el texto original de

Félix Lope de la Vega y con la mejor interpretación del dúo Benítez y Valencia; "Corazón" interpretado por la magistral Paulina Tamayo; "Allá te esperaré"; "Puñales" del compositor Luis Ulpiano Benítez; "vasija de barro" del dúo Benítez y Valencia; "El cóndor pasa" es una zarzuela muy reconocida a nivel mundial, la cual se caracteriza por presentar una parte del yaraví del compositor Daniel Alomía Robles.

Uno de los ritmos musicales tradicionales andinos de mayor acogida por toda la población ecuatoriana es el San Juanito, posiblemente de origen imbabureño de gran popularidad a inicios del siglo XX, con su principal exponente Juan Agustín Guerrero Toro en 1883. Esta expresión cultural inmaterial combina la melancolía con la alegría a través del canto y su baile propio. Moreno (1957) es el nombre dado por los españoles a la tradicional celebración del Inty Raimy y se presume que dicho nombre coincide con el natalicio de San Juan Bautista el 24 de junio. Sin embargo, en Ecuador se sigue celebrando el Inty-Raimy y San Juan de manera muy generalizada, es una expresión que se mantiene viva en indígenas y mestizos. Lo temas más reconocidos son: "Esperanza" de Gonzalo Tamayo; "El llanto de mi quena" y "Sanjuanito de mi tierra"; "Carabela" y "Pobre corazón" del gran compositor otavaleño Guillermo Garzón Ubidia. Entre los instrumentos más representativos de esta expresión cultural se resalta el bandolín, pingullo, dulzaina, rondador, quena, zampoña, guitarra y bombos, violines, bajos, guitarras y adaptaciones electrónicas. Es una combinación de instrumentos musicales propios y adaptados. Saltashpa es un ritmo alegre y de gran movimiento, es de alguna manera otra denominación dada a los San Juanitos, por lo tanto tiene su origen prehispánico en la Parroquia rural de Otavalo San Juan de Ilumán, de la provincia de Imbabura, se baila por el posible natalicio de Juan Bautista.

Otro ritmo tradicional es el Capishca (capina), cuyo verbo proviene de la lengua kichwa que se traduce exprimir. Este baile mestizo desarrolla pasos acompañados de galanteos y picardía a la pareja. Según Herrera (1929) y Cos-

tales (1925) este baile es propio de los campesinos de la provincia de Chimborazo. Según el musicólogo Guerrero (2005) en su investigación sobre música ecuatoriana manifiesta que en ritmo de Capishca, el baile más popular de Cuenca es el conocido "Arroz quebrado", dicho baile fue compuesto por Luis Pauta Rodríguez. Otro tema en este ritmo es "Por esto te quiero Cuenca", del músico cuenecano Carlos Ortiz Cobos. En todo Ecuador las canciones más representativas en ritmo de Capishca son "Bonita mi guambrita" de Margarita Laso; "La venada" del Dúo Cárdena Castro; "Simiruco" del grupo Quimera; "Unita que otra" de Los Gatos; "La vuelta del chagra" del Dúo Benítez y Valencia, entre muchos otros.

El Pasacalle de origen popular español interpretada por músicos ambulantes, razón por la cual su nombre hace alusión a quienes pasan por la calle haciendo música. En Ecuador es catalogado de género mestizo, cuya expresión musical ha quedado limitado a la demostración dancística de algunos grupos ecuatorianos, mas no forma parte de los bailes habituales de la población.

El Pasillo ecuatoriano es otro ritmo nostálgico y muy sentimental, conocido internacionalmente, es propio no solo de Ecuador, sino también de Venezuela, Costa Rica y Colombia. Según Wong (2011) el pasillo es un género popular, urbano y vocal se origina en el vals europeo y llega al país con las guerras independentistas a principios del siglo XX. Los temas más escuchados son Nuestro Juramento, Sendas distintas, Sombras, Honda Pena, Sin tu amor, Alma en los Labios, Rosario de Besos. Los exponentes más representativos en el país son Julio Jaramillo Laurido, Pepe Jaramillo, Mélida Jaramillo, Leonardo Enrique Vega, Los Hermanos Montecel, Eduardo Brito, Máxima Mejía, Néstor Sellán, Irma Aráuz, Mery Aráuz, Juanita Córdova, Carlota Jaramillo, Fresia Saavedra, Hilda Murillo, Hnos. Miño Naranjo, Dúo Benítez Valencia. Los compositores más destacados del Pasillo son Nicasio Safadi, Carlos Rubira Infante, Fran-

cisco Paredes Herrera. La nueva generación de cantantes del Pasillo ecuatoriano son Juan Fernando Velasco, Daniel Páez, Fernando Vargas, Marcelo Reyes, Gustavo Herrera (homenaje de Julio Jaramillo), Bolivia (solista) y el dúo Denise y Lissette (gemelas).

El Albazo es un ritmo musical alegre de la serranía ecuatoriana de origen mestizo; es un ritmo muy poco escuchado y practicado poco por parte de las generaciones actuales. Es interpretado por solistas grupos/bandas con guitarra y requinto en las calles durante el alba, razón de su nombre. Algunos temas son "Desdicha", "Avecilla", "Taita Salasaca", "Triste me voy", "Se va mi vida", "Esta Guitarra vieja", "Morena la ingratitud", "Amarguras", "Aires de mi tierra", "Así se goza", "Apostemos que me caso", "Ay no se puede", "Tradicional", "Negra del alma", "Qué lindo es mi Quito" (o El Huiracchurito), "Si tú me olvidas", "Compadre", "Péguese un trago", y "Triste me voy", entre otros. Entre los mayores exponentes de este ritmo se destacan Paulina Tamayo, Carlota Jaramillo, Pedro Echeverría, Armando Hidrobo, Ricardo Mendoza, Rubén Uquillas, Víctor Valencia, Jorge Araújo Chiriboga, Benjamín Aguilera, Humberto Dorado Pólit, Jorge Araújo Chiriboga, Guillermo Garzón, Héctor Abarca, entre otros.

La Tonada está representada por la música y baile similar a la chilena, interpretada por bandas, muy típico en todas las festividades de los pueblos indígenas y mestizos, por estar escrita en tonos menores se parece al Yaraví. Algunos temas son "La Cariñosa", "Ojos azules", "Penas", "Poncho verde", "Leña verde", y "El ponchito" de su principal exponente, Margarita Lazo.

El Aire Típico es un ritmo alegre mestizo del género popular, propio de la zona norte la Sierra Ecuatoriana, probablemente nació en base a albazo y alza por su parecido. La interpretación de este ritmo se realiza con el arpa. Algunas de las canciones más representativas son "Las cinco

de la mañana”, “Hasta mañana”, y “Ají de cuy o Comparadre ñato”. Entre los principales exponentes se menciona a Nicasio Safadi, Carlos Rubira, los 4 del Altiplano, Margarita Laso y el dúo Benítez y Valencia.

El Costillar es un baile popular de origen chileno, en el cual los bailarines dan vueltas intentando cerrar un círculo alrededor de una botella que se ubica al medio de la pista. Según Moreno (1957) en Ecuador este ritmo también es conocido como “El ají de queso”, tiene relación con la cuadrilla y la contradanza europea.

Respecto al ritmo musical Fox Incaico, aún no se ha definido su origen, pero significa el trote del zorro, probablemente de procedencia norteamericana. Presenta alguna similitud con el jazz, aunque nada tenga que ver con dicho ritmo. Sin embargo el fox incaico expresa con melancolía y sentimiento el pasado y presente del pueblo indígena, en especial kichwa.

Los ritmos musicales antes mencionados fomentan la unión, la solidaridad y el valor de compartir entre ecuatorianos y extranjeros que se integran en estas celebraciones. Aunque algunos suenan monótonos, tristes, profanos, guerreros, bulliciosos, festivos, también fomentan la fuerza, el coraje y el poderío. La mayoría de estos ritmos son acompañados por la chicha y aguardiente.

También es importante mencionar los ritmos musicales amazónicos denominados anent y nampet, los mismos son cantos sagrados dedicados a la naturaleza y utilizados sobre todo para las ceremonias de los Yachaks. El pueblo afrodescendiente del Ecuador presenta una gran variedad de ritmos musicales que evocan alegría, aún con el triste pasado que proyectan a través de sus cantos y coplas. Entre las expresiones musicales más reconocidas de este pueblo se resalta la marimba, el bombo, el guasá, arullos, cununo, alabaos, chigualos, agua corta, agua larga, la ca-

noita, el torbellino, mapalé, andarele, y habanera (amorfino de la costa ecuatoriana), entre otros.

De entre todos los ritmos afrodescendientes del Ecuador, la marimba esmeraldeña el día 2 de diciembre de 2015, fue declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de Humanidad por la UNESCO durante la X Sesión del Comité Intergubernamental para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, que se realiza en Namibia (África). Es un reconocimiento que no solo incluye al instrumento sino al conjunto de conocimientos y saberes que están a su alrededor.

Los afroimbabureños radicados en el Valle del Chota y Salinas se expresan a través de la bomba, misma que se acompaña con la banda mocha, la cual está constituida por un pequeño tambor con dos membranas construido con madera de balsa o del tallo de la cabuya, flautas traversas de caña, penco, hojas de naranjo, platillos, puros y quijada de burro, palos (percusión), maracas (puros pequeños con semillas). Entre las bombas más representativas se menciona a: “La Bomba de la soltería”, “A una negra”, “Chota madre”, “María chunchuna”, “Chalguayacu”, y “La Carpuela”, entre otras.

Estos y muchos otros ritmos musicales, no todos descritos en este documento, han forjado la identidad y también han incidido en el desarrollo de las fiestas tradicionales ecuatorianas. Entre las más representativas se debe mencionar “La Mama Negra”, “El Pase de Niño”, “Inocentes y Santos Reyes”, “Comparsa Andina del Carnaval”, “El Coraza”, “La Fiesta de Corpus Cristi”, “Pawkar Raimy”, “Inty Raimy”, “Koya, Kolla o KillaRaimy”, y “El Kapak Raymi”, entre otras. La mayoría de las festividades de origen ancestral son celebradas en función a los solsticios y equinoccios de invierno y/o verano.

Ecuador es un país en el que ha existido un fuerte sincretismo cultural desde siempre, y en la actualidad además de

los ritmos antes mencionados, también se escucha y baila el pop, rock, electrónica, salsa, merengue, cumbia, reguetón, techno, entre otros. Con la finalidad de recuperar sonidos y expresiones musicales ancestrales, actualmente existen algunos proyectos que combinan el pasado con las tendencias modernas, como es el caso del techno-sanjuanito o techno-pasacalle. Es así que el presente trabajo ha tenido como propósito plantear el desarrollo del turismo comunitario como estrategia para visibilizar y revalorizar la memoria musical de los pueblos kichwas de Imbabura. Para el efecto se han planteado algunos objetivos específicos, tales como determinar la importancia y cronología histórica de los ritmos musicales ecuatorianos, establecer la riqueza musical correspondiente a los pueblos kichwas de Imbabura (Otavalos, Karankis y Natabuelas), definir indicadores y cifras turísticas del Ecuador, determinar la oferta de turismo comunitario de los pueblos kichwas de Imbabura, y plantear estrategias para fortalecer la oferta de turismo comunitario a través de la música y danza.

Memoria Musical de los Pueblos

Kichwas de Imbabura

El cantón Cotacachi de la provincia de Imbabura es nombrado y reconocido como la capital musical del Ecuador. Es así que entre los registros encontrados para la presente investigación Moreno (1957) menciona que los primeros músicos de los cuales existe evidencia son José Paliz (discípulo del español Santiago Chávez) nació en 1780 y vivió más de 100 años. También la hermana de José, Mercedes Paliz tocaba el arpa y cantaba, de la misma familia figura Aparicio Paliz, hijo y discípulo de José, reconocido violinista, tocaba el arpa, el clarinete y la guitarra. Este gran exponente de la música de Cotacachi muere en el terremoto de Ibarra en 1868. A lo largo de la historia de Cotacachi se reconoce a algunos músicos como Segundo Proaño (flauta), Adolfo Almeida (requinto), David Proaño (flauta y clarinete), y Mariano Proaño (arpista y cantante). Así, los prime-

ros indígenas cotacacheños que aprendieron del legado español, y de los cuales existen breves registros son Gildo, Félix, José y Juan Sánchez, Santiago Simba y Pedro Anrango (violinistas) Juan Manuel, Francisco Farinango (ciego), y José Bonilla, entre otros. Los compositores y músicos más reconocidos en la vida de este cantón son Segundo Luis Moreno, Carlos Coba Andrade (musicólogo), Alberto Moreno, Filemón Proaño, Urcesino Proaño, Abelardo Proaño, hermanos Gilberto, Claudio y Germán Proaño, hermanos Marco, Luis y Armando Hidrobo, hermanos José y César Moreno, Rubén Jaramillo, y Pedro Proaño.

Cabe destacar que en el cantón Cotacachi, desde 1965 existe el Colegio de Música Luis Ulpiano de la Torre, centro que ha formado varias generaciones de músicos. La nueva generación de músicos y compositores son Clímaco Vaca, Ulpiano Galindo, Edgar Hidrobo, Freddy Moreno, entre otros. También las agrupaciones que han posicionado la música nacional desde Cotacachi ha sido la "Rumba Habana", y en la nueva generación "Bayana Banda".

Otro de los cantones musicales es Otavalo, de mayor concentración del pueblo kichwa del mismo nombre, pues posee una cultura musical de reconocimiento mundial. En Otavalo entre los ritmos musicales de mayor práctica se nombran al Sanjuanito de origen imbabureño, Yaraví, Pasacalle, Pasillo, Albazo, Tonada, Pasodoble, Vals, y Boleros, entre otros géneros musicales con influencia extranjera y con tendencia moderna.

La trayectoria musical de Otavalo revela un legado de músicos y compositores de mayor reconocimiento y que han dejado un gran legado de emoción, sentimiento, inspiración, características propias de la región andina. Según Valdospinos (2000) se reconoce a Virgilio Chaves Orbe, Ulpiano Benítez Endara, Ulpiano Chaves Orbe, Virgilio Jácome Orbe, Carlos Paredes Cisneros, Gonzalo Gómez Jaramillo, Guillermo Garzón Ubidia, Alejandro Plazas Dávila, Luis

Enrique Cisneros, José Manuel Chalampunte, Manuel Mantilla Cerón, Luis Gonzalo Vinuesa, Gonzalo Benítez Gómez, Hugo Cifuentes Navarro, Luis Gilberto Soto Pasquel, Eloy Cerón, entre otros. Es importante mencionar que la mayoría de personajes antes mencionados son mestizos. En la actualidad se reconocen a grandes artistas kichwa Otavaleños como son Jesús Fichamba, quien ganó el primer lugar del Festival OTI capítulo Ecuador, Enrique Males, Leo Rojas que ganó un concurso fama y talento en Alemania y se posiciona como un referente ecuatoriano en Europa, Segundo Lema es un reconocido músico popular, Armando Perugachi, Álex Ruiz, Luis Artes y Tupak Fichamba, Fabián Burga y Tinku Perugachi (realizan acordes del Inti Raymy, graban un disco en Rap Shymy), y Wahya (San Juanito).

Entre los grupos musicales de los tres pueblos kichwas de Imbabura se mencionan al Centro Cultural Peguche, Ñanda Mañachi, Imbayakuna, Ñukanchik Ñan, Killas, Raíces, Yuyari, Yarina-Yawar Wawky, Saywa, Pachakamac- Ananau, Muyuri (retornar), Juyanis (amor), Runa Marka, Allpañan, Grupo de arte, música danza y teatro Cachipugro, Danza Muyacán, Ñucanchi Llacta, Revista Cultural Universidad Técnica del Norte, Andanzas (carrera de Turismo UTN), Danza Kawsay y Danza Cotacachi. La mayoría de grupos de música y danza están integrados por indígenas kichwas y mestizos. Utilizan instrumentos de viento, percusión y cuerdas como la flauta traversa, la flauta kucha propia de Cotama en Otavalo, churo o caracol marino, cuernos de toro, rondín, melódica, zampoña, charango, guitarra, violín, bandolín, bajo, quena, zampoñas, chakchas, bombo, acordeón y piano.

Existe poca representación de la música y danza kichwa de los pueblos kichwas Karanki y Natabuela. En su mayoría son Otavalos con una presencia importante en los cantones del mismo nombre y Cotacachi. Sin embargo los tres pueblos kichwas enmarcados en la cosmovisión andina

presentan celebraciones similares como son el Pawkar Raymi que tiene lugar en febrero y marzo de cada año, en español fiesta del florecimiento (Sisa Pacha) o juego ceremonial con agua y flores (Tumari Pukllay). La fiesta del Inti Raymi o Wawa Inti Raymi (fiesta del sol niño) es una ceremonia incaica y andina, se desarrolla durante el solsticio de invierno (24 de junio) (es invertido/de verano en el hemisferio norte y de invierno en el hemisferio sur). El Koya, Kolla o KillaRaymi Fiesta de la Jora - Tarpuy Raymi (fiesta de la siembra), tiempo de escoger las mejores semillas para la nueva siembra y tiene lugar el 21 de septiembre, fin de la preparación de suelos e inicio de los cultivos. La última fiesta del año es el Kapak Raymi celebrada el 21 de diciembre, una fiesta real, relacionada con de la germinación de las semillas y de los preparativos previos a iniciar el nuevo año/sincretismo (navidad).

Cifras y Turismo Comunitario en los Pueblos Kichwas de Imbabura

Según el Ministerio de Turismo, el Ecuador en el 2014 recibió alrededor de 1.557.006 turistas extranjeros. Luego de revisar los ingresos de turistas durante el primer trimestre de 2015 en relación al primer trimestre de 2014 se evidencia un claro crecimiento del 6,4%. El 61% llegan a Ecuador a través de avión, el 34% por vía terrestre y el 5% vía marítima. Cabe indicar que los principales países emisores de turismo están constituidos por Colombia con 24%, Estados Unidos con 17%, Canadá con 11%, y desde Perú y en otros pequeños porcentajes turistas de todas partes del mundo. Según el boletín turístico del Ministerio de Turismo en el 2015 el promedio de gasto de los turistas extranjeros durante su estancia se estimó alrededor de USD 1.200. Además se registró un saldo positivo en la balanza turística, cuya cifra se estimó en USD 650 millones, a diferencia del 2007 que mantenía un déficit de balanza turística de USD 106,7 millones. Los ingresos económicos por turismo han pasado de USD 492,2 millones en 2007,

a un estimado de USD 1.691,2 millones en 2015, lo que representaría un crecimiento promedio anual del 13%. Según la OMT las perspectivas del turismo para Ecuador son muy optimistas. Es así que para el 2020 se receptorá alrededor de 1,4 billones de turistas extranjeros, entre tanto, para el 2030, será de 1,8 billones de visitas. Otros datos importantes acerca de los beneficios de la actividad turística en el Ecuador se obtienen relacionando la generación de empleo en el 2007 que demuestra 285.322 empleos directos e indirectos en alojamiento y servicios de comida y bebida; mientras que, en el tercer trimestre del 2015 se generaron 415.733 empleos en los mismos servicios, de lo cual el 67% corresponde a las mujeres. Además, por cada 10 visitantes extranjeros que ingresan al país se genera un empleo de asalariados en la economía nacional, según el Ministerio de Turismo (2015). Es así que la actividad turística en el Ecuador desde el 2013 se ha ubicado como el tercer producto de exportación después del banana y plátano, y camarón.

Según cifras turísticas del 2011 reportadas por el Ministerio de Turismo, el turismo receptor en la provincia de Imbabura se distribuye de la siguiente manera: Otavalo con 68,3% de visitantes, Ibarra 42,2%, Cotacachi 10,1%, Atuntaqui 2,6%, San Pablo 1,7%, Imbabura 1,5%, Chachimbiro 0,8%, Cuicocha 0,4%, Lita 0,2%, Yahuarcocha 0,1%, Mojanda 0,1%, Peguche 0,1%, y Ambuquí 0,1%. La principal motivación de la demanda turística en esta provincia se refiere a vacaciones, recreo y ocio con el 55,3%, en la cual se desarrollan turismo cultural 61%, ecoturismo 19%, turismo de deporte y aventura 7%, turismo de salud 5%, sol y playa 2%, y otros 4%.

Benítez, Albuja y Tapia (2014) manifiestan que “con el Gobierno actual el turismo se ha convertido en un eje estratégico en la matriz productiva de los pueblos involucrados; y al respecto la Constitución del 2008 ratifica que la prosperidad humana debe darse con énfasis en la conservación y preservación de la naturaleza, de ahí que en

el país existen alrededor de 150 operaciones de turismo comunitario distribuidas en tres regiones continentales del Ecuador: Costa, Sierra y Amazonía” (p.8).

La principal oferta turística de la provincia de Imbabura está integrada por el turismo comunitario, actividad económica solidaria que interrelaciona a la comunidad con los visitantes, a través del manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural, siempre y cuando se enfoque en el principio de equidad y en una adecuada distribución de los beneficios.

Al menos 91 familias kichwas entre los cantones de Otavalo y Cotacachi se encuentran involucradas con el turismo comunitario y en los últimos años han sido beneficiarios de una inversión económica de USD 201.480 entre el Gobierno Provincial de Imbabura y la Cooperación Técnica Belga, CTB, a través del Programa de Desarrollo Rural del Norte, PDRN. En el año 2015 es posible evidenciar algunos logros como el mejoramiento y modernización del sistema de comercialización de productos y servicios turísticos comunitarios; el mejoramiento de los servicios y estándares de calidad de los emprendimientos y la conformación de la Mesa de Turismo Comunitario de Imbabura. Del total de emprendimientos de turismo comunitario de esta provincia con iniciativa de los pueblos kichwas, el 30% demuestra fortalezas que determinan su sostenibilidad, como es la capacidad de alojamiento instalado, capacidad para brindar el servicio, experiencia en el desarrollo del turismo comunitario, senderos establecidos, entre otras. Sin embargo, en su mayoría requieren de un proceso de fortalecimiento, que garantice el éxito de los diferentes emprendimientos turísticos y agroindustriales. En este sentido, Santiago Salazar, funcionario del Ministerio de Turismo Regional Norte, manifiesta que en el 2015 se han realizado algunas acciones tendientes a la formalización de la actividad turística con la finalidad de convertir a los emprendimientos en Centro de Turismo Comunitario (CTC), desde luego este proceso se en-

cuenta en la primera fase y su progreso es lento, ya que no existe una normativa legal y que se ajuste a la realidad territorial. No obstante, Salazar precisa que en el primer trimestre del 2016 el Ministerio de Turismo se encargará de realizar un diagnóstico, que permita determinar las necesidades y así contribuir eficientemente en el fortalecimiento de la estructura organizacional, difusión y asesoramiento técnico de los CTC.

En general los emprendimientos de turismo comunitario de los pueblos kichwas de Imbabura ofrecen al visitante talleres artesanales, actividades de música y danza tradicional andina (escaso), alojamiento, alimentación, agroecología, visitas guiadas por la población nativa, medicina ancestral, agroindustria, agroturismo, turismo de deporte y aventura, entre otros. Los emprendimientos de iniciativa kichwa se presentan en la tabla 1.

TABLA 1. Emprendimientos kichwas de la Provincia de Imbabura.

N°	Nombre	Parroquia	Comunidad	Actividades que realizan
Cantón Ibarra				
1	Turismo Comunitario San Clemente	La Esperanza	San Clemente	Alojamiento familiar
2	Asociación 28 de octubre Turismo Comunitario y Agroturismo.	La Esperanza	Chirihuasi	Alojamiento, alimentación y guía.
3	Asociación Agropecuaria la Magdalena	Angochagua	La Magdalena	Agroturismo, alojamiento, alimentación y guía
4	Sarum Maky	La Esperanza	La Florida	Alojamiento, alimentación y guía.
5	Emprendimiento Turístico (Luis Oswaldo Pupiales)	Caranqui	Naranjito	Alojamiento, alimentación y guía.
6	Asociación de turismo Pacha Kamak "La Florida"	La Esperanza	La Florida	Alojamiento, alimentación y guía.
Cantón Cotacachi				
7	Comuna San Luis de la Carbonería	Imantag	San Luis de la Carbonería	Alojamiento, alimentación, guía, agroecología, avistamiento de aves y alquiler de caballos.
8	Comunidad La Calera (Albergues)	San Francisco	La Calera	Alojamiento y alimentación vivencial.
9	Comunidad La Calera (artesanías)	San Francisco	La Calera	Venta de artesanías y demostración de trabajo artesanal.
10	Comunidad La Calera (gastronomía)	San Francisco	La Calera	Venta de platos típicos a grupos.
11	Comunidad La Calera (paseos a caballo)	San Francisco	La Calera	Alquiler de caballos y guía
12	Comunidad Morochos (alojamiento familiar)	San Francisco	Morochos	Alojamiento y alimentación, turismo vivencial.
13	Comunidad Santa Bárbara	El Sagrario	Santa Bárbara	Alojamiento y alimentación vivencial
14	Comunidad Tunibamba	El Sagrario	Tunibamba	Alojamiento y alimentación vivencial.

15	Red Ecoturística de Intag	García Moreno, Peñaherrea, Apuela Plaza, Gutiérrez, Cuellaje	Magdalena Bajo, El Chontal, Magdalena Alto, El Rosal, Junín, Nangulví, Santa Rosa, Pucará, El Paraiso, Guagshí.	Alojamiento, alimentación, guianza a las fincas y plantas cafetaleras y otros atractivos turísticos.
16	Turismo en la comunidad de Piñán.	Imantag	Piñán	Servicios turísticos, guianza, cabalgatas.
17	Turismo Comunitario (Sr. Antonio Morales)	Cuicocha	Cuicocha	Albergues familiares, guianza, alimentación.
18	Peribuela Turismo	Imantag	Peribuela	Albergue colectivo, recorrido al bosque nativo, alimentación.
19	Ayllu Kawsay	San Francisco	Chilcapamba	Alojamiento, alimentación. 15 familias.
20	Runa Tupari	Quiroga, El sagrario	Calera y Morochos, Santa Bárbara y Tunibamba	Albergues familiares, alojamiento, alimentación y guianza. 12 Familias.
21	Grupo de Turismo Pucará	Apuela	Pucará	Albergues familiares, alimentación y guianza. 11 familias.
22	Comité de turismo de los Manduriacos	García Moreno	Manduriacos	Salud, medioambiente, producción y turismo.

Cantón Otavalo

23	Peguche Kawsay	Miguel Egas	Peguche	Alojamiento, alimentación y artesanía.
24	Cascada de Peguche	Miguel Egas	Peguche	Guianza, alojamiento y alimentación.
25	Agencia Operadora de Turismo Mindalay	Miguel Egas	Peguche	Recorridos, alojamiento y alimentación.

Cantón Pimampiro

26	Puruhanta Forest Lodge	Mariano Acosta	La Florida	Alojamiento. Alimentación y guianza.
27	Albergue Comunitario Palahuco	Mariano Acosta	La Florida	Alojamiento comunitario.
28	Taller de alpaca "La Florida"	Mariano Acosta	La Florida	Taller artesanal

Cantón Urcuquí

29	Complejo turístico Agua Sabia	Tumbabiro	Tumbabiro	Alimentación y recreación.
30	Complejo recreativo Timbuyacu	San Blas	Iruguincho	Alimentación y recreación

Cantón Antonio Ante

31	Red de Turismo Comunitario Tuntaqui	Atuntaqui	Atuntaqui	Alojamiento, alimentación
----	-------------------------------------	-----------	-----------	---------------------------

Cantón Otavalo

32	Empresa Comunitaria Artesanal "Totora Sisa" de San Rafael	San Rafael de la Laguna	Artesanos de las comunidades de Cachiviro, Huayco Pungo, Cuatro Esquinas, Tocagón, y la Unión de Comunidades Indígenas de San Rafael de la Laguna (UNCISA), con el apoyo de diferentes organismos nacionales, internacionales.	Artesanías, papel y muebles de totora.
33	Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	Miguel Egas	Peguiche	Talleres artesanales. Actividades de música y danza tradicional andina. (12 mujeres artesanas).

La perspectiva para fortalecer la actividad turística en la provincia de Imbabura a mediano y largo plazo consiste en la planificación y desarrollo de rutas que beneficien a la zona urbana y rural, así como a indígenas, afroimbabureños y mestizos. En el cantón Ibarra se propone la ruta de los bordados (La Esperanza y Angochagua); la ruta del café y las orquídeas (Lita y La Carolina); la ruta de la iglesias, arte y escultura (San Antonio de Ibarra y el centro de la ciudad); la ruta del sol, bomba y cultura (Valle del Chota), la ruta tren de la libertad (tren Ibarra-Salinas, Ibarra-Otavalo); la ruta del último inca Atahualpa (Caranqui); la ruta de los sabores de Ibarra (parte urbana) y la ruta de los senderos para caminatas, trote, cabalgata y bicicleta.

Fortalecimiento de la Oferta de Turismo Comunitario a partir de la Memoria Musical

La música y danza de las diferentes naciones se han convertido en el pilar fundamental e insumo de una nueva modalidad de turismo, como es el denominado turismo musical. En Europa se encuentra auge, pues se trata del

desarrollo de festivales culturales que combinan el valor del patrimonio material e inmaterial. Por lo tanto en un solo evento o encuentro es posible participar de ceremonias sagradas, rituales de sanación, actividades de teatro, actividades y competencias deportivas indígenas, artesanías, gastronomía local, sabiduría ecológica, entre otras. En las últimas dos décadas la música se ha convertido en un componente para promocionar un destino turístico, pero no se han realizado estudios sobre segmentos de mercado orientados al turismo musical, que buscan experiencias significativas y de mayor calidad que el turista de masas. La presente investigación reveló que el 90% de turistas jóvenes que llegan a Imbabura, desde países vecinos, Estados Unidos y Europa requieren que la música y los festivales artísticos identitarios se conviertan en parte esencial de la experiencia de viaje, y no solamente una forma de promocionar la cultura.

Es importante que a nivel nacional el Ministerio de Turismo genere las directrices para el desarrollo del turismo musical, como una modalidad del turismo cultural.

Sin duda, este tipo de turismo motiva el acto de viajar a un destino, con la finalidad de participar de festivales o espectáculos sonoros y a la vez permite conocer de los demás atractivos. Además, como parte de la dinámica turística, las agrupaciones musicales de las poblaciones kichwas, también pueden desplazarse a otros destinos, para participar en festivales de países, que mantienen costumbres en común, así como para efectos promocionales.

Es así que los tres pueblos kichwas de Imbabura (Otavalo, Natabuela y Karanki) son considerados poblaciones hermanas por su origen y convivencia sociocultural. Por lo tanto poseedores de una gran riqueza cultural material, que refiere a bienes arqueológicos, muebles, inmuebles y documentales; también son dueños de una extraordinaria riqueza cultural inmaterial que está constituida por las tradiciones y expresiones orales (mitos, cuentos, leyendas, plegarias y expresiones literarias); artes del espectáculo, que según el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador (2015) se refiere a representaciones de danza, música, teatro, juegos y más actividades relacionadas con espacios rituales); también poseen conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo (gastronomía, medicina tradicional, espacios simbólicos, técnicas productivas y sabiduría ecológica) y técnicas artesanales tradicionales.

La propuesta radica en convertir a los emprendimientos kichwas en Centros de Turismo Comunitario, con la asesoría y respaldo total del Ministerio de Turismo/ Regional Norte y los diferentes Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADS) que tienen injerencia en el desarrollo local de estas poblaciones, y en consecuencia se convertirá en uno de los principales productos turísticos de la Provincia de Imbabura. Para el efecto y en base al potencial existente se plantea al menos el desarrollo del turismo musical, de aventura, naturaleza, agroturismo, místico, convivencia cultural e histórica.

La oferta de los Centros de Turismo Comunitario, además de integrar todos los aspectos de convivencia que impliquen el desarrollo de los pueblos kichwas, también deben planificar y maximizar la celebración de las cuatro grandes fiestas o raimys (Pawkar Raymi; el Inti Raymi; el Koya, Kolla o Killa Raymi; y el Kapak Raymi) que fueron descritas en un apartado anterior y que dinamiza el turismo interno y receptivo. Pues son festividades tradicionales indígenas de la parte norandina del Ecuador, a través del tiempo se han consolidado como rituales milenarios sincretizados en los elementos de la naturaleza, agua, tierra, sol, aire y todas las dualidades que concibe la cosmovisión indígena.

Una forma para motivar el turismo musical de las poblaciones kichwas andinas es a través del desarrollo de grandes eventos o festivales artísticos identitarios internacionales, que permitan concentrar a músicos, bandas y conjuntos representativos del patrimonio sonoro. Tales actividades podrían desarrollarse en un país distinto cada año, con lo cual los beneficios económicos para las comunidades y entorno serían favorables a la economía local.

La memoria musical de los tres pueblos kichwas de Imbabura debe ser visibilizada a través de la oferta programada por los emprendimientos y redes de turismo comunitario, con la conformación de grupos de danza integrados por niños, hombres y mujeres de cada ámbito geográfico. Así mismo, la música ancestral y local debería inundar los ambientes, en los cuales se brinda el servicio a los turistas, además acceder a presentaciones en vivo y conseguir una dinámica e interacción musical.

Entre los aciertos del Gobierno actual se destaca la planificación nacional en relación a la educación bilingüe, que tiene como propósito educar y concienciar sobre el valor de cada nacionalidad y pueblo del Ecuador. De lo cual, niños y jóvenes han reconocido la necesidad de conservar su lengua materna y vestimenta. Sin embargo, es vital que se desarrolle un programa que garantice la recuperación

y declaración patrimonial cultural material e inmaterial de los pueblos en estudio.

Otra de las acciones para fomentar la revalorización de la memoria musical de estos pueblos consiste en la producción musical que recopila música referente de los Otavalo, Karankis y Natabuelas, lo que deberá ser difundido a través de un diario de mayor aceptación y circulación nacional y redes sociales. Un ejemplo similar es el desarrollado por "Taitas y Mamas" que tienen como misión el rescate del arte musical de los más ancianos. Así mismo, incluir a estos pueblos en el gran proyecto nacional de "Embajadores Culturales" que con el apoyo económico y logístico del Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador viajan a encuentros y ferias internacionales, en las cuales pueden mostrar su riqueza musical y literaria.

CONCLUSIONES

Los ritmos ancestrales y/o tradicionales del Ecuador se han limitado a la práctica de la población que supera los 35 años. Sin embargo, los ritmos modernos de influencia extranjera han dominado a las generaciones más jóvenes, lo que fomenta la pérdida acelerada de la música tradicional ecuatoriana. En lo que refiere a la música de la etapa prehispánica existe un proyecto denominado "Sonidos de América", que tienen como propósito recrear los sonidos a través del estudio de los instrumentos musicales de dicha época. Luego de la Conquista española existe un fuerte sincretismo, de lo cual hoy se practican y reconocen los siguientes ritmos: Albazo (indígenas, mestizos), Aire típico (mestizos), Alza (mestizo), Capishca (mestizo/exprimir), Danzante, Fox- incaico (indígenas, mestizos/trote del zorro), Pasacalle (mestizo), Pasillo (mestizo), Sanjuanito, Yaraví, Tonada, Yumbo, Marimba, Abago, Agua corta, Agua larga, Amazónico, Amorfino, Andarele, Arroz quebrado, Caderona, Bomba, Cachullapi, Chigualo, Costillar, Curiquingue, Habanera, y vals, entre otros. Así como la celebración de grandes fiestas como La Mama Negra, El

Coraza, La Fiesta de Corpus Cristi, Pawcar Raymi, Inty Raymi, Koya/Killa Raimy, y Kapak Raimy, entre otras.

La actividad turística se convierte en la estrategia para el aprovechamiento sustentable de los recursos culturales de la población kichwa. Actualmente se registran alrededor de 150 operaciones de turismo comunitario en todo el Ecuador, de las cuales el 36% se concentran en la Provincia de Imbabura y el 85% corresponde a iniciativa kichwa.

Cotacachi es un cantón pionero de la música imbabureña y a través del tiempo ha sido reconocido como la capital musical del Ecuador. Sin embargo, a la presente fecha registra un limitado número de arreglistas, músicos, compositores y escuelas del arte musical. Otavalo es otro de los cantones con mayor población indígena y con una extraordinaria riqueza cultural, en la cual la música andina con identidad otavaleña se ha posicionado en contextos internacionales y es considerada uno de los mejores y mayores atractivos de este cantón.

De entre los 55 emprendimientos de turismo comunitario de la Provincia de Imbabura, el 85% de los mismos se encuentran manejados por la población kichwa. A la vez, el 60% son de iniciativa del Pueblo Otavalo; el 37% al Pueblo Karanki y el 3% al Pueblo Natabuela. Por lo tanto, el turismo comunitario se convierte en la estrategia para la visibilización y revalorización de la memoria musical de los Pueblos Kichwas de Imbabura.

La oferta de los emprendimientos de turismo comunitario de los pueblos kichwas de Imbabura demuestra que el 85,5% comercializa alojamiento en albergues comunitarios, gastronomía local, servicios de guianza, medicina ancestral y un 19% ofrece productos agroindustriales y agroturismo. Sin embargo, no existe una oferta programada que permita rescatar, visibilizar y fomentar la revalorización de la memoria musical de estos pueblos. Por lo

tanto, la riqueza musical debe incorporarse en la oferta del turismo comunitario de forma activa.

La propuesta de visibilización y revalorización de la memoria musical de los pueblos estudiados consiste en el desarrollo efectivo de las cuatro grandes fiestas/ancestrales (Pawkar Raymi; el Inti Raymi; el Koya, Kolla o Killa Raymi y el Kapak Raymi), las cuales motivarán el incremento del turismo interno y receptivo.

Los representantes de los emprendimientos de turismo comunitario manifiestan la necesidad y compromiso de integrar en sus ofertas, la música y danza de sus pueblos. Es claro que la memoria musical revitalizará los diferentes destinos y productos turísticos, por lo tanto, el turismo se convierte en la mejor estrategia de rescate y difusión de la riqueza musical.

El 90% de turistas que visitan Imbabura por motivaciones culturales, desde países vecinos, Estados Unidos y Europa requieren que la música y los festivales artísticos identitarios se conviertan en parte esencial de la experiencia de viaje, y no solamente una forma de promocionar la cultura.

REFERENCIAS

Ayala, E. (2008). Resumen de Historia del Ecuador. Quito: Corporación Editora Nacional, Biblioteca General de Cultura, Tercera Edición.

Aceldo, J. (2012). Estudio histórico de las influencias del yaraví en la música folklórica en el Ecuador durante los últimos 25 años. Cuenca – Ecuador.

Benítez, N., Albuja, J & Tapia, G. (2014). Retrospectiva, visibilización y revalorización de la herencia cultural del pueblo afro y afroecuatoriano, a través del turismo comunitario para el buen vivir. Revista RIAT: Vol. 10, N° 2 (p.8).

Constitución de la República del Ecuador (2008).

Decreto Legislativo 0, Registro Oficial 449 de 20.oct-2008-última modificación del 13 de julio del 2011. Art. 56, 57, 60.

Costales, A. (1925). El Chagra estudio del Mestizaje Ecuatoriano. Quito: Biblioteca de la Fundación Cultural del Ballet Andino Ecuador.

D'harcourt, R y D'harcourt, M. (1990). La música de los Incas y sus supervivencias. Texas: Occidental Petroleum Coporation of Perú.

Flores, G. (2015). Marimba Esmeraldeña. Diario El Comercio. Disponible en: <http://www.elcomercio.com/tendencias/marimba-esmeraldas-historia-unesco-patrimonioinmaterial.html>. Consultado el 2 de diciembre de 2015

Godoy, M (2012). Historia Musical del Ecuador. Quito: PUCE-Q, Facultad de Ciencia de la Educación.

Guerrero, P (2004). Enciclopedia de la Música Ecuatoriana. Quito: CONMUSICA, 790 páginas (más disco y álbum de partituras), tomo II. Premio Nacional José Mejía Lequerica.

Montaño, J. (2002). Al ritmo de marimba, el alegre sonido de la marimba está presente en todas las celebraciones de la cultura afroesmeraldeña. Quito: Revista Incógnita. No. 17.

Moreno, S (1957). La música de los incas. Editorial. Quito: Casa de la Cultura Ecuatoriana.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2011). Boletín Turismo Interno de Receptor. Disponible en: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras>. Consultado 10 de diciembre de 2015.

Ministerio de Turismo del Ecuador, Regional Norte.

(2015). Emprendimientos de Turismo Comunitario de Imbabura.

Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador (2015).

Patrimonio Cultural Material e Inmaterial. Disponible en: <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/patrimonio-cultural/>

Organización Mundial de Turismo. (2014).

Panorama mundial del turismo hasta el 2030. Disponible en: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>. Consultado 20 de noviembre de 2015.

Peñaherrera, P (1929) y Costales, A (1925).

El Capishca. Disponible en: <http://www.guambra.com/musica.html>

Sandoval, J (2009).

Música patrimonial del Ecuador. Investigación realizada con el auspicio del Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural del Convenio Andrés Bello, IPANC. ISBN 978-9978-92-728-1.

Valdospinos, M. (2000).

Los caminos del Corazón-Compositores otavaleños. Quito: Cada de la Cultura Ecuatoriana.

Wong, K. (2002).

Ecuador-La nacionalización del pasillo ecuatoriano a principios del siglo xx” 2002. Disponible en: <http://www.iaspmal.net/wp-content/uploads/2011/10/Wong.pdf>. [Consulta: 22 de diciembre de 2015].

RESEARCH / INVESTIGACIÓN

Turismo sustentable o ecoturismo: Un análisis de caso en la reserva natural privada “La Aurora del Palmar”, Entre Ríos, Argentina

Sustainable tourism or ecotourism: A case study of the “Aurora del Palmar” private nature reserve, Entre Ríos, Argentina

Aldo Guzmán Ramos¹, Ximena Monza² & Silvia Valenzuela³.

Resumen: Los impactos producidos por el turismo de masas ha generado en las últimas décadas el crecimiento de modalidades bajo parámetros de sustentabilidad. Se ha expandido la premisa del respeto por el ambiente y por el patrimonio cultural original de los espacios turísticos. Además, la masificación de términos usados indistintamente como “eco”, “verde”, “responsable”, no siempre se condice con las actividades desarrolladas en los sitios visitados. En este trabajo se analizó el caso de la reserva natural privada “La Aurora del Palmar”, ubicada frente al Parque Nacional El Palmar, provincia de Entre Ríos, Argentina, donde se observan rasgos del ecoturismo en la oferta, pero no así en gran parte de la demanda. Se recopiló información a través de entrevistas al personal de la reserva natural y se realizó un muestreo aleatorio a turistas y grupos educativos, considerando las principales variables implicadas en el ecoturismo. Los resultados muestran que desde la oferta se encontró una coincidencia con las principales características del ecoturismo, desde la preservación ambiental, inclusión de la comunidad local y organización de los servicios. Desde la demanda se encontró con turistas y visitantes escolares relacionados al espacio principalmente por un interés recreativo. Por lo tanto, si se considera en conjunto a la oferta y la demanda los resultados sugieren que estaríamos básicamente frente a una modalidad de turismo de naturaleza bajo parámetros de sustentabilidad. Esto implica que desde la oferta se trata de ecoturismo y desde la demanda se trata de turismo responsable.

Palabras clave: Sustentabilidad, Parque Nacional El Palmar,

turismo de naturaleza, turismo responsable.

Abstract: The impact of mass tourism has generated the growth of modalities within sustainability parameters in recent decades. The premise of respect for the environment and the original cultural heritage of tourism spaces has grown. However, the massification of terms used interchangeably like “eco”, “green”, “responsible” is in stark contrast to the activities undertaken at the visited sites. This work analyzed the case of the “Aurora del Palmar” private nature reserve, located outside El Palmar National Park, Entre Ríos Province, Argentina, where traits of eco-tourism can be seen in the supply, but not so in most of the demand. Information was collected through interviews with personnel at the nature reserve and a random sampling of tourists and education groups, considering the main variables involved in ecotourism. The results showed that the supply coincided in its main characteristics with ecotourism, from environmental conservation, inclusion of the local community and organization of the services. From the demand it was found that tourists and school visitors related to the space principally out of recreational interest. Therefore, if the supply and demand are taken together, the results suggest that we would basically have a modality of nature tourism within sustainability parameters. This implies that the supply is ecotourism and the demand is responsible tourism.

Key words: Sustainability, El Palmar National Park, nature tourism, responsible tourism.

(Presentado: 31 de mayo de 2016. Aceptado: 23 de junio de 2016)

¹ Máster en Ecoauditoría Ambiental y Planificación Empresarial de Medio Ambiente, Docente e investigador UNCPBA. CINEA. Argentina. aldogramos@gmail.com

² Licenciado en Turismo Sustentable, Docente e investigador UNCPBA. CINEA. Argentina. ximemonza@hotmail.com

³ Máster en Evaluación Impacto Ambiental, Docente e investigador UNCPBA. CINEA. Argentina. sivale62@gmail.com

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas a nivel mundial se ha expandido la premisa del respeto por el ambiente y por el patrimonio cultural original de los espacios turísticos. Asimismo, en la actualidad existe una gran competencia de destinos y áreas protegidas por atraer una mayor cantidad de turistas, para lo cual se utilizan términos como “eco”, “verde”, “responsable” indistintamente, cuando en verdad no siempre dichos términos conciben con las actividades desarrolladas en estos sitios. En un mundo donde los paisajes naturales han sido modificados a grandes escalas, debido a que se sobrepone lo económico por sobre lo ambiental, es importante rescatar y valorar aquellas áreas protegidas que invierten todos sus esfuerzos en la disminución de la transformación del patrimonio natural y cultural y tal vez con mayor fuerza aquellos que no provienen del sector público, el cual por lógica debe apuntar el bien común, sino de los que provienen del sector privado, demostrando de alguna forma que el desarrollo sustentable no es tan utópico como algunos predicen y que aunque cueste un enorme esfuerzo, es posible encontrar ese equilibrio que la humanidad perdió hace ya mucho tiempo en su relación con la naturaleza.

La presente investigación pretende analizar si la aplicación del término ecoturismo en una reserva privada en Argentina denominada “La Aurora del Palmar” alcanza los objetivos propuestos conceptualmente, teniendo en cuenta el perfil del visitante, las actividades ofertadas y la casi nula degradación del ambiente, o si se trata de un turismo responsable ambiental y socialmente. Por lo tanto se plantea como

hipótesis que “la actividad turística desarrollada en el Refugio de Vida Silvestre La Aurora del Palmar se incluye bajo los parámetros del turismo responsable y no bajo las particularidades de oferta y demanda del ecoturismo”. Los objetivos específicos de esta investigación son los siguientes: i) conocer las motivaciones de los turistas al visitar un área protegida; ii) determinar los beneficios económicos y sociales que la actividad turística la aporta a la comunidad local, tales como creación de empleo, inclusión en proyectos, y arraigo de las costumbres; iii) analizar la conducta de aceptación o rechazo de los residentes frente a los visitantes; y iv) evaluar las actividades realizadas por los turistas dentro del Refugio de Vida Silvestre.

MARCO CONCEPTUAL

Turismo, ambiente y sustentabilidad

Desde hace varias décadas el hombre comenzó a cuestionarse su relación con el ambiente (no porque no lo hiciera antes, ya que hay antecedentes históricos) de una forma más fuerte, generando reuniones internacionales, protestas, y movimientos ambientalistas. Es así que se iniciaron las discusiones para lograr revertir algo que para los más pesimistas es ir directo al abismo. Así surgen las discusiones sobre desarrollo sostenible y/o sustentable (no es intención del presente artículo discutir diferencias y/o semejanzas de los conceptos). En este sentido Jiménez Cardoso (2006:7) expresa que “el concepto de desarrollo sostenible explica el enlace integral e inevitable

entre el sistema natural y el desarrollo. Se refiere a un repetitivo proceso de cambio en el cual la explotación de los recursos naturales, la dirección de la inversión y del progreso científico y tecnológico, junto con el cambio institucional, permita satisfacer las necesidades sociales presentes y futuras. Este concepto no se refiere a un estado estacionario y armonioso, sino a un proceso con condiciones cambiantes". Por esto último es que el desarrollo sustentable no implica un punto a alcanzar, sino que es un proceso continuo, que debe ser replanteado a medida que la sociedad va cambiando o evolucionando. Satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades es la idea central del desarrollo sostenible establecida en el Informe Brundtland (Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, 1998) y en una serie de iniciativas anteriores como el Primer Informe Meadows sobre "Los límites del crecimiento" (1972) o la Primera Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano (Estocolmo, 1972), fundando el debate en torno a la compatibilización del crecimiento económico y la preservación del medio natural. Por otra parte, en el marco de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, celebrada en Johannesburgo, Sudáfrica en 2002, la Organización Mundial del Turismo (OMT) plantea que el "desarrollo sostenible consiste en lograr el equilibrio entre los objetivos sociales, económicos y ambientales. Siendo el objetivo global en el ámbito social la erradicación de la pobreza, para lo cual se pretende reducir a la mitad el porcentaje de personas con rentas inferiores a un dólar diario. El objetivo global en el campo económico es cambiar los patrones no sostenibles de consumo y de producción, mientras que

en la esfera ambiental, la meta consiste en gestionar de manera sostenible los recursos naturales para el desarrollo" (OMT, 2002:3).

En este marco mundial donde se trata de transformar un concepto en una realidad palpable territorialmente, aparece el turismo. Este se ha convertido en la actualidad en una de las actividades de mayor importancia y crecimiento a nivel mundial. Por tal motivo, crece también la necesidad de establecer ciertos criterios que resulten armónicos entre los subsistemas natural, social y económico. En general se observa, como en las otras actividades económicas, una ausencia de integración entre estos subsistemas, subordinados siempre a lo económico. En este sentido Gemelli (2005:12) sostiene que "(...) el crecimiento, poco meditado y no sostenible del turismo puede causar también un efecto negativo en muchos campos de la sociedad, tales como la economía, la infraestructura social y cultural y el medio ambiente y a largo plazo, esto puede tener graves consecuencias para todos". De esta forma el turismo implica cada vez más una notable presión sobre los ecosistemas, lo cual es extremadamente peligroso para los más frágiles, como por ejemplo zonas de humedales. La actividad turística, como han señalado distintos autores como Mathieson y Wall (1990), transforma y puede degradar los territorios donde se desarrolla, producto de la búsqueda de una rentabilidad a corto plazo, frente a consideraciones ambientales a largo plazo, tales como la conservación y utilización sostenible de la diversidad biológica; principalmente porque los lugares de gran riqueza natural y cultural representan un atractivo mayor para el turismo. Pero por otro lado el turismo también presenta aspectos

positivos, como la generación de puestos de trabajo y el aumento de los ingresos, lo cual bien planificado puede permitir revalorizar los recursos locales bajo un esquema sostenible o sustentable.

La relación que se establece entre las actividades turísticas y el ambiente deriva de la misma definición del turismo, en cuanto supone el traslado y alojamiento de un gran volumen de personas, hecho que supone el incremento de los sistemas de transporte y el montaje de una verdadera industria para la acogida de visitantes. De esta manera, el incremento de visitantes no puede pasar desapercibido en las áreas receptoras y alcanza situaciones críticas en regiones donde se combinan la fragilidad de los recursos y el elevado número de turistas que se concentran. La necesidad de encauzar a la actividad por el camino de la sustentabilidad llevó a generar reuniones internacionales donde se discutiera esta situación y la aplicación del concepto. Por ejemplo, en 1995 se celebró en Lanzarote, España, la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible en la cual se proclama la "Carta de Turismo Sostenible" que en su primer punto establece que "el desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales". Se da por entendido entonces que el desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas.

La OMT señala que el turismo sostenible "atiende a

las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege a las comunidades locales y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos, de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo, la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida" (OMT, 1998:22). Por otro lado el turismo sostenible es definido por Wearing y Neil (1999:57) como "aquel que reporta beneficios económicos al tiempo que mantiene la diversidad y la calidad ecológica, es decir conjuga la conservación con el desarrollo económico". Según Jiménez Cardoso, C (2006:12) "esta concepción de turismo sostenible contempla las problemáticas sociales como la pobreza de los pueblos receptores de turismo, ya que si bien es cierto, el turismo sostenible es un modelo de desarrollo económico, este tiene que ser adaptado a una realidad concreta como este problema social tan marcado a nivel mundial". En definitiva la cuestión pasa por cambiar (la discusión es hasta qué punto) los patrones de consumo y producción actuales, y cómo se reparten los beneficios producidos por la actividad económica, lo cual implica replantear la actividad turística

Turismo alternativo

Dentro de esta búsqueda de la sustentabilidad del turismo, hacia finales de 1980 se produjeron ciertos cambios sociales, ecológicamente cada vez más sensibilizada, que demanda una nueva calidad de vida y consciente de los efectos nega-

tivos del turismo masivo (normalmente ligado a la modalidad de sol y playa). Estas situaciones sientan las bases para el surgimiento de un turismo diferente denominado “alternativo”, ligado casi en su totalidad a las áreas rurales y naturales. Las razones específicas de la nueva situación del turismo alternativo, de los niveles de desarrollo alcanzados y de sus potencialidades son diversas y pueden sintetizarse en tres (Vera, 1997): 1) el agotamiento del turismo tradicional, masivo; 2) el desarrollo del paradigma ecológico; y 3) la mercantilización de lo “eco” y la naturaleza, que adquiere categoría de bien de consumo.

Algunos autores han definido al turismo alternativo como un turismo con énfasis en el contacto y entendimiento entre las comunidades receptoras y el turista, como también con el ambiente, consciente con los valores naturales, sociales y comunitarios y que permite una relación positiva entre locales y turistas (Newsome et al., 2002). Según Brohman (1996), el término de turismo alternativo ha sido utilizado para significar lo prácticamente opuesto a turismo masivo; en cierta forma, es aquel donde los viajeros deciden tomar vacaciones distintas a las que se consideran normales. Molina (2003:15) sostiene que el turismo alternativo es “toda actividad turística donde los participantes tienen una actitud personal no masificada, con elevado protagonismo y gran interacción con el medio”. Y finalmente, una de sus características más destacadas son sus menores impactos en el medio natural y social, los vínculos con otros sectores (como la agricultura y la artesanía) de

la economía local y la retención de ganancias en la localidad (Newsome et al., 2002). El turismo alternativo puede, según el Ministerio de Turismo de España (2001), ser dividido en turismo natural, cultural, de eventos, y otros tipos. El turismo natural se da en áreas naturales para la preservación del medioambiente, y aquí se incluye al turismo aventura, al ecoturismo y al turismo de naturaleza. El turismo cultural involucra contacto y aprendizaje de una o más culturas, y comprende el turismo arqueológico, rural, religioso y étnico. El turismo de eventos está interesado en experimentar eventos característicos de una zona o importantes eventos anuales, y engloba los deportes, carnavales y festivales. Los otros tipos de turismo involucran actividades que no se pueden incluir en las clasificaciones anteriores, como por ejemplo el turismo de voluntariado, de granjas y el educativo.

Posiblemente por su relación con el ambiente y la cultura local sea el ecoturismo, la modalidad más representativa del turismo alternativo, al menos aquella que debería incorporar la sustentabilidad de forma más fuerte.

Ecoturismo

La primera aparición de la palabra ecoturismo en el contexto escrito tuvo lugar en la edición de 1984 de *American Bird* y se utilizó para dar publicidad a una operación turística dirigida por Ceballos-Lascurain (1993); aunque la definición en sí misma aparece tres años después. Para el autor el ecoturismo es la forma de viajar en la que el entorno natural es el elemento central, siendo este elemento

el que proporciona el punto de partida para entenderlo, como forma de turismo distinto al tradicional (masivo y depredador). El mismo autor identifica el ecoturismo como "(...) el viajar a áreas naturales relativamente poco perturbadas o contaminadas, con el objetivo específico de estudiar, admirar, gozar los paisajes, su flora y fauna silvestres, así como cualquier manifestación cultural (tanto pasada como presente) encontradas en estas áreas".

Por su parte, la Unión Mundial para la Conservación de la Naturaleza (UICN, 1996) adhiriendo a esta concepción, define al ecoturismo como: "aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar, y con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural que pueda encontrarse allí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales". El Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), en 1995, definió al ecoturismo como "la actividad turística que utiliza, de forma sustentable, los patrimonios naturales y culturales, incentiva su conservación y busca la formación de una conciencia ambientalista a través de la interpretación del ambiente, promoviendo el bienestar de las poblaciones involucradas".

Butler (1992) indica que existen unos requisitos básicos para saber si un proyecto es o no de ecoturismo:

- Promueve una ética medioambiental positiva y anima a un comportamiento adecuado de sus participantes.
- No degrada los recursos.
- Se concentra en los valores intrínsecos de los recursos.
- Está orientado hacia el ambiente en sí, y no hacia los seres humanos.
- Debe beneficiar a la naturaleza, a su flora y a su fauna,
- Proporciona un encuentro de primera mano con el medioambiente.
- Involucra a la comunidad local en la operación turística.
- Su nivel de gratificación se mide en términos de apreciación, sensibilización y educación, y
- Lleva consigo una importante preparación y un conocimiento en profundidad tanto por parte de los guías como de los participantes.

Se considera que puede convertirse en una de las actividades que a corto plazo, responda más satisfactoriamente a los planteamientos de un desarrollo sustentable. Como expresa Ospina Díaz, (2013:10) uno de los principios o elementos fundamentales del ecoturismo es la capacidad que

tiene para maximizar los beneficios del turismo, no sólo en lo que se refiere a los ingresos que percibe una región, sino también en cuanto a la conservación tanto de la infraestructura social como de la biosfera. En este sentido Wearing y Neil (1999) mencionan que el ecoturismo puede generar una mayor demanda de alojamiento, ingresos adicionales para los negocios locales, ampliación del mercado para productos locales, generación de empleo, mayor toma de conciencia por parte de la comunidad acerca de la revalorización de la cultura autóctona y el recurso natural. Como impactos negativos para las comunidades receptoras expresan la falta de oportunidades en la toma de decisiones respecto al ecoturismo, respuestas inadecuadas cuando no hay voluntad por parte de las comunidades de participar en el proceso de ecoturismo, percepción de beneficios económicos inequitativamente y pensar el ecoturismo como la única posibilidad de crecimiento.

Con respecto a las características del perfil del ecoturista Báez (2003:13) expresa las siguientes: es un individuo interesado en tener contacto directo con la naturaleza, en conocer y entender otras formas de vivir, dispuesto a aprender (activo y dinámico), generalmente educado (con algún conocimiento previo), que prefiere el contacto directo con las personas y busca establecer lazos de amistad con las comunidades locales. Pero finalmente se debe dejar en claro que el ecoturismo no debe idealizarse, como toda actividad socio-comercial puede producir impactos negativos sobre los cuales se

debe tener una actitud alerta para minimizarlos. El ecoturismo, como fue expresado en la mayoría de las definiciones, se desarrolla en áreas naturales o poco transformadas, por lo cual aunque, no es excluyente, es una modalidad turística asociada fuertemente a áreas protegidas de distinto tipo.

Áreas protegidas de gestión privada

Para el caso de Argentina el Registro Único Nacional de Áreas Protegidas (RUNAP) establece que las áreas protegidas privadas son aquellas “declaradas y administradas por propietarios particulares”. A su vez, la UICN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza) establece que un área bajo protección privada “es un área protegida bajo gobernanza privada (esto es, personas y grupos de personas, organización no gubernamentales); corporaciones –tanto compañías comerciales existentes como, en ocasiones, corporaciones establecidas por grupos de propietarios privados con el fin de administrar grupos de áreas protegidas privadas; propietarios con ánimo de lucro; entidades de investigación (es decir, universidades, estaciones de campo o entidades religiosas), o dicho de manera más simple, un área conservada por privados es sólo una APP si es un área protegida”. Para la Red Argentina de Reservas Naturales Privadas, (2014) “un área protegida privada o una reserva natural privada es una porción de terreno de cualquier superficie de propiedad privada, manejada para la conservación de la biodiversidad y/o el uso sustentable de sus valores naturales, que puede contar o no con el reconocimiento del gobierno”.

Relacionado a la conservación en propiedades privadas tenemos la Red de Refugios de Vida Silvestre, la cual es una iniciativa de la Fundación Vida Silvestre Argentina (FVSA) para promover la conservación en tierras privadas con ambientes naturales de interés, mediante acuerdos con sus propietarios. Creado en 1987, el proyecto es uno de los más antiguos de la Fundación y ha generado una red de reservas que suma en la actualidad 18 propiedades distribuidas en todo el país, con un total de más de 202.000 hectáreas protegidas con alto valor biológico, distribuidas en 11 de las 23 provincias argentinas. Esta red presenta un enorme valor considerando que más del 80% del territorio nacional se encuentra en manos privadas, por lo cual es de suma importancia involucrar a los propietarios de tierras en la conservación del patrimonio natural del país. Estas reservas naturales nacen por el interés y la voluntad de los propietarios, decididos a proteger los recursos naturales de sus tierras y en general funcionan como complemento de áreas protegidas que se encuentran lindantes o cercanas, por ejemplo de parques nacionales o reservas provinciales.

La conservación privada se presenta entonces como una herramienta de gran potencial para complementar la superficie protegida por el sector público, además aporta a una estrategia local de desarrollo sustentable. En la mayoría de los casos, los propietarios, por razones económicas de mantenimiento, deben compatibilizar la conservación de la flora y la fauna silvestre con actividades productivas pero que

se desarrollan bajo parámetros de sustentabilidad. En general es el turismo, pero también agricultura, ganadería o explotaciones forestales manejadas con criterios sustentables.

METODOLOGÍA

Se utilizó una metodología del tipo exploratoria-descriptiva para abordar los objetivos establecidos. El universo de estudio está compuesto, por un lado por todos los turistas (de cualquier procedencia y edad) que visitan La Aurora del Palmar a lo largo de todo el año, divididos en grupos de estudiantes de escuelas y turistas que llegan por cuenta propia; y por otro lado, el personal que desarrolla su trabajo en el Refugio de forma permanente, incluyendo aquí a encargados, personal de maestranza, cocineros, guías de turismo, mucamas, recepcionistas y mozos. La muestra está representada por 261 encuestas a grupos educativos que visitan "La Aurora del Palmar" entre los meses de agosto a noviembre de 2015. Este total de encuestas parte de conocer que aproximadamente cada año visitan la Reserva 5.000 niños y adolescentes de escuelas primarias y secundarias. Estableciendo un nivel de confianza del 94% y un error del 6%, el total aproximado de encuestas debe ser 253. Por otro lado, sabiendo que cada temporada de verano llegan a la Reserva aproximadamente 2.500 turistas particulares, se toma nuevamente una confianza del 94% y un error del 6%, lo que arrojó 243 encuestas en total para este grupo.

Asimismo, se entrevistó a la totalidad de los 26 empleados permanentes de “La Aurora del Palmar”, ya que son considerados para esta investigación como informantes claves. La cantidad y puestos entrevistados se conformó de la siguiente manera: Socios-gerentes (2), albañil/tractorista (1), jefe de guías (1), guías de excursiones (3), guía de cabalgatas (1), jefa de mucamas (1), mucamas (2), mozas (3), ingeniera agrónoma encargada de la huerta (1), recepcionistas (2), cocineros (4), mantenimiento (2), mantenimiento/auxiliar de guía/parrillero (1), mantenimiento/parrillero (1), encargado de quinta/mantenimiento/cabalgatas (1).

RESULTADOS

Estudio de caso: Refugio de vida silvestre La Aurora del Palmar

El Refugio La Aurora del Palmar se encuentra frente al Parque Nacional El Palmar compartiendo sus características naturales y topográficas. El área de 1.500 hectáreas incluye un importante sector de palmares de más de 300 años, selvas en galería que acompañan durante varios kilómetros el curso

del Arroyo El Palmar, pastizales naturales, bosques xerófilos, entre otros ambientes naturales donde habita una extensa avifauna. Esta propiedad privada, por su importancia ecológica y la diversidad de su fauna autóctona, es desde 1998 uno de los Refugios que la Fundación Vida Silvestre Argentina posee en el país y el único en la provincia de Entre Ríos. En Noviembre de 2001 fue declarada Reserva de Usos Múltiples por Decreto Ley de la provincia de Entre Ríos y desde el año 2011 es parte del Sitio Ramsar Palmar Yatay.

La estancia La Aurora del Palmar se encuentra ubicada en el Departamento de Colón, provincia de Entre Ríos (Argentina), a la altura del km 202 de la Ruta Nacional 14, a 45 km al norte de la Ciudad de Colón, a 370 km de la Ciudad de Buenos Aires, a 3,5 km al sur de la localidad de Ubajay y a 2,5 km al noroeste en línea recta del Parque Nacional El Palmar, separada de dicho Parque por la vía del Ferrocarril Gral. Urquiza, la actual Ruta nacional 14 y la traza antigua de la mencionada ruta. El establecimiento limita al sudoeste con el Arroyo Palmar, al este con la vía del ferrocarril y al norte con numerosos campos privados.

MAPA 1. Localización del área de estudio.



Fuente: Mapa modificado de ww.d-maps.com

La Aurora del Palmar es parte de lo que fuera el “Palmar Grande de Colón” que ocupaba alrededor de 15.000 hectáreas, sobre la costa del río Uruguay, constituyendo el palmar más grande del país, cuyos registros datan de los primeros exploradores en la región. A fines del siglo XIX las tierras de La Aurora fueron adquiridas por la Jewish Colonization Association (Asociación Judía) y distribuidas entre inmigrantes de origen ruso, polaco y rumano, conformando la Colonia Judía Palmar Yatay.

En 1950 Juan Peragallo compró a estos colonos 1.100 hectáreas de campo con fines ganaderos y le pone el nombre en honor a su esposa Aurora Cialcetta. Hacia fines de 1960 un programa de promoción forestal y el avance de la frontera agropecuaria conduce a la dramática disminución de los palmares de la región. El Ingeniero Peragallo no quiso sacrificar los palmares de La Aurora entendiendo que tenían un valor que trascendía el rédito económico inmediato. Así desarrolló forestaciones de Eucaliptus y una quinta de cítricos en sectores aledaños, asegurándose de preservar las palmeras y su fauna asociada. Su visión fue precursora, en épocas en que a los temas ambientales no se les daba la importancia que tienen en la actualidad.

En 1998 La Aurora logró institucionalizar sus acciones de conservación a través de un convenio con la Fundación Vida Silvestre Argentina. Sus condiciones naturales, la vecindad con el Parque Nacional (que le permite ampliar y complementar el área de protección) y a la voluntad de conservación que demostró su propietario, La Aurora del Palmar se convirtió en Refugio de Vida Silvestre, y poco tiempo después fue declarada Reserva Provincial. La reserva es pionera en la

provincia en la certificación IRAM 42300 de servicios turísticos en áreas naturales protegidas. Dentro de la Reserva se ofrecen las siguientes actividades:

- Excursión y trekking por el Palmar: posee una duración aproximada de dos horas. Se proporciona un acercamiento a la palmera yatay; además se realizan actividades de interpretación ambiental y de reconocimiento de flora y fauna autóctona.
- Canotaje por Arroyo El Palmar: posee una duración aproximada de tres horas. Se realiza una caminata por selvas en galería y luego un canotaje por el arroyo en canoas canadienses para 3-4 personas. En ambas actividades se realizan actividades de reconocimiento de la geografía del sitio.
- Cabalgata por el Palmar: posee una duración aproximada de 45 minutos a 1 hora. Se presenta como una actividad contemplativa.
- Biciturismo: posee una duración aproximada de 40 minutos a 1 hora. Es una actividad recreativa y orientada a personas activas y jóvenes.
- Excursiones temáticas: avistaje de aves, safari fotográfico, identificación de flora y fauna.
- Actividades recreativas: juegos nocturnos, fogones, talleres de reciclado y artesanías.

Como servicios ofrecidos encontramos el alojamiento en departamentos o vagones de tren reformados, sector para acampar, restaurante, quincho, sector de aparcamiento, piscina, salón de usos múltiples, juegos infantiles, y biblioteca.

Los datos

Respecto a la información recopilada a través de las encuestas realizadas a los visitantes (turistas y estudiantes) es posible decir que en los grupos educativos el 47% ha alcanzado el terciario incompleto, seguido por un 16% con terciario completo y un 14% con primario completo. Por su parte los turistas particulares expresan poseer un 18% secundario completo y el mismo porcentaje para terciario completo. La segunda pregunta apunta a la ocupación de los turistas. En el caso de los grupos educativos, el 73% son estudiantes, mientras que dentro los turistas particulares los estudiantes se ubican también en un primer lugar con un 17%. La siguiente pregunta hace referencia al medio de transporte para la llegada al Refugio. El total de los grupos educativos ha llegado de forma privada (con micros charter); por su parte, el 77% de los turistas particulares ha llegado en auto particular. En cuarto lugar se investiga con quién viaja cada turista. El total de los grupos educativos viajan con el colegio y el 58% de los turistas particulares viajan en familia y en menor medida en pareja o con amigos.

Asimismo, se ha inquirido acerca de la duración de la estadía en el Refugio. Los grupos educativos en un 60% visitan la Reserva por cuatro a seis días ya que por cuestiones académicas no pueden ausentarse por más tiempo del colegio. Los visitantes particulares en su mayoría visitan el Refugio de uno a tres días ya que expresan que lo hacen por motivos vacacionales combinando la Reserva con otros atractivos turísticos cercanos, por lo cual no está la visita a este lugar como opción prioritaria o única.

A su vez, considerando las visitas previas a otras áreas protegidas, más de la mitad de los encuestados de grupos educativos ha expresado que no conoce otras áreas protegidas; y más de la mitad de los visitantes particulares ha expresado que si conoce otras áreas protegidas, y que en general lo ha hecho por motivos vacacionales. Relacionado con este aspecto, se ha indagado sobre si es la primera vez que cada turista visita el Refugio, o lo ha hecho en anteriores oportunidades. El 87% de los encuestados de grupos educativos no ha visitado La Aurora del Palmar anteriormente, mientras que el 40% de los visitantes particulares ya ha estado en otras ocasiones en el sitio.

Con respecto a la búsqueda de información previa, el 59% de los grupos educativos ha dicho que no ha buscado ningún tipo de información, mientras que el 51% de los turistas particulares tampoco lo ha hecho. Menos de la mitad de los encuestados en ambos casos ha expresado que si ha buscado información, entre la que se destaca la búsqueda de: localización, fotos, qué se conserva, actividades, actividades para niños, flora y fauna, tipo de alojamiento ofrecido y precios.

En cuanto al motivo de la visita a La Aurora del Palmar en los grupos educativos es lógico que la respuesta sea por viajes de estudios; mientras que los turistas particulares han expresado que en el 81% de los casos se acercan al Refugio por vacaciones.

Las actividades realizadas durante la visita de los grupos educativos fueron las mismas en todos los casos, esto es safari interpretativo, canotaje, cabalgata, bi-

aturismo y caminata. En el caso de los turistas particulares la actividad más realizada ha sido el canotaje con un 26%.

Otra de las preguntas formuladas a los visitantes hizo hincapié en la motivación para visitar el Refugio de Vida Silvestre. Ambos grupos encuestados han coincidido en expresar que en primer lugar los motiva la realización de actividades en la naturaleza y en segundo lugar la mayor toma de conciencia ambiental.

Al ser consultados acerca del posible contacto con la comunidad local, en ambos grupos más del 75% de los encuestados ha expresado que tuvo de alguna forma contacto con la población local, ya sea durante las excursiones, en el restaurante, en alguna charla espontánea o en el Pueblo de Ubajay.

Las actividades cotidianas de cuidado del ambiente también coinciden en ambos grupos: en primer lugar la utilización de bombillas de bajo consumo, y en segundo lugar la separación de basura. Vale destacar que un 16% de los grupos educativos y un 5% de los visitantes particulares han señalado no realizar ningún tipo de actividad que contribuya al cuidado del ambiente. Sumado a lo anterior, se preguntó acerca de la ayuda o no del turismo en la conservación del ambiente y de las costumbres locales. En ambos casos más del 72% ha señalado que el turismo efectivamente ayuda a la conservación, arraiga las costumbres locales y las da a conocer; y por otro lado conserva los recursos de los que se vale para poder seguir gozando de los mismos en el futuro.

Una de las últimas preguntas intenta calificar el ser-

vicio durante la estadía, obteniendo más del 84% en ambos casos la opción de un servicio personalizado.

Aquella pregunta acerca de la posible visita en el futuro nuevamente al Refugio ha obtenido en ambos casos un 100% de efectividad.

Finalmente, con más del 70% ambos grupos han expresado que luego de la visita al Refugio comienzan a percibir ciertos cambios en su vida cotidiana, entre los que se destacan: poseer más conciencia y respeto por el ambiente natural y las costumbres tradicionales locales; comenzar a cuidar más el ambiente desde su casa y de forma cotidiana y cuidar en el presente para que en el futuro las próximas generaciones puedan seguir disfrutando de los recursos tanto naturales como culturales.

Respecto a las entrevistas realizadas al personal podemos decir que el lugar de residencia del total de los entrevistados es dentro de La Aurora del Palmar o en el vecino Pueblo de Ubajay; salvo dos de los entrevistados que viven en la ciudad de Colón.

En líneas generales el nivel de estudios alcanzado es primario completo y secundario incompleto, salvo algunos pocos casos con terciario completo y dos con universitario completo.

Con respecto a la capacitación que recibe el personal, han expresado en su totalidad que constantemente realizan diversas capacitaciones relacionadas con sus áreas de trabajo, como pueden ser: manejo de matafuegos, cursos de primeros auxilios, capacitaciones del idioma inglés, cursos de recono-

cimiento de flora y fauna, manejo de alimentos y bebidas, manejo de sistemas de reservas hoteleras. Así como existe una alta y constante capacitación, también la mayoría ha expresado que existe una altísima conciencia con respecto al cuidado del ambiente y la reutilización de ciertos productos. La conciencia no es sólo aplicada en su trabajo específico, sino también son atentos a las actividades y actitudes que realizan o tienen los turistas durante su estadía. Consideran en su mayoría que a través del ejemplo se puede persuadir al visitante para que tenga una actitud acorde al lugar que visita, teniendo en cuenta que es un área natural protegida y que por lo tanto hay ciertas normas que cumplir para seguir conservándola como tal.

Al ser cuestionados acerca de los impactos del turismo en ellos mismos y en la población local, todos han coincidido al responder que los impactos son sumamente positivos, principalmente por la generación de empleo, no sólo dentro del Refugio sino también por la creación de una remisería (que traslada a los empleados desde el pueblo hasta el Refugio) y una lavandería (que se encarga de la ropa blanca de La Aurora del Palmar). Además expresan que sus costumbres no se han visto alteradas y que gracias a la visita de los turistas el pueblo de Ubajay ha mejorado en cuanto a su infraestructura (por ejemplo en el acceso de la Ruta Nacional 14).

Si bien los impactos por la llegada de turistas son positivos, no se puede dejar de lado que los empleados de planta permanente del Refugio destacan que la actitud de los turistas durante su visita no siempre es la indicada o esperada. En este punto hacen la

salvedad dependiendo el grupo que se analice. Los entrevistados expresan que en líneas generales los turistas que llegan de forma particular son más conscientes del lugar que visitan, y mucho tiene que ver su visita anterior a otros sitios protegidos con similares características y normas. Mientras que por otro lado los grupos educativos toman su paso por La Aurora del Palmar más como una actividad recreativa que como una actividad de aprendizaje y concientización, por lo tanto no respetan en general normas como el cuidado del agua, la reutilización de toallas y la utilización de cestos para separar la basura.

Hasta el 2015 se han mencionado diversas obras de infraestructura para mejorar únicamente el área de servicios que ya se encuentra explotada y modificada. Entre las mismas se mencionan la construcción de una nueva recepción, la ampliación del restaurante (debido a que la recepción cambia de lugar), el cambio de lugar de los sanitarios del sector de acampe y la finalización de una segunda área de camping en el antiguo casco de la estancia.

Entre las actividades elegidas regularmente se mencionan en todos los casos el safari interpretativo, canotaje, cabalgata y biciturismo. A las mismas se les puede añadir otras actividades dependiendo del perfil y preferencias del grupo o turistas que se tome en cuenta, como por ejemplo caminatas recreativas o interpretativas, juegos nocturnos, fogones, talleres de reciclado o talleres de actividades de ingenio, pero en menor medida.

Por último, se indaga acerca de la procedencia de los insumos que precisa cada sector de la Reserva para llevar adelante sus actividades. El total de los entre-

vistados ha coincidido en responder que los insumos provienen todos de la propia Provincia de Entre Ríos, de ciudades como Colón, Concepción del Uruguay, San José, San Salvador y del vecino Pueblo de Ubajay. En general se procura evitar la compra en el Pueblo de Ubajay por los altos costos, por tal motivo se hacen pedidos al por mayor a proveedores de las ciudades mencionadas en líneas anteriores.

5. Discusión y Conclusiones

A partir de la información aportada por las entrevistas y las encuestas en el Refugio de Vida Silvestre La Aurora del Palmar, es posible decir que se llevan adelante actividades integrales y armónicas que generan puestos de trabajo e ingresos que permiten revalorizar los recursos endógenos a partir de una planificación (en conjunto con la Fundación Vida Silvestre Argentina) que contribuye a minimizar los problemas de degradación ambiental y socioeconómica. Por otro lado el enfoque es marcadamente ambientalista/ecologista, ya que en cada excursión ofrecida, charlas a turistas, etc., se refleja una fuerte inclinación hacia un desarrollo ecológicamente sustentable, haciendo hincapié en las condiciones ecológicas necesarias para mantener la vida humana a futuro.

En cuanto a la calidad de los servicios turístico-recreativos ofrecidos, aparece la diferenciación y la personalización como características lo que implica que los visitantes deseen volver a visitar áreas naturales protegidas, con similares características a las de La Aurora del Palmar. Asimismo se puede observar la generación de empleos directos (dentro del Refugio) e indirectos (en la localidad de Ubajay y alrededores),

la protección y el uso adecuado del ecosistema presente en el lugar integrando las actividades de explotación como la ganadería, el cultivo de cítricos y la forestación con la conservación y el turismo. En este sentido es necesario remarcar que se protege el 68% de las 1600 hectáreas que posee el Refugio.

El aumento de la posibilidad de entender y fortalecer la herencia natural y cultural (a través de las excursiones, las charlas y los talleres ofrecidos). Además se llevan adelante y se toman en cuenta criterios para desarrollar un turismo sustentable, a saber: la integración arquitectónica al ambiente natural, la utilización de lámparas de bajo consumo, el establecimiento de carteles indicadores de ahorro de energía y agua, la separación de residuos, la información a los turistas de las medidas ecológicas utilizadas, la formación adecuada de los empleados (a través de las constantes capacitaciones) y la realización de actividades respetuosas del ambiente.

Desde el punto de vista de la oferta es posible expresar que la actividad desarrollada en La Aurora del Palmar se puede situar bajo las características del ecoturismo, pero desde la demanda aparecen algunos elementos diferentes a lo expresado desde la teoría. Es decir no estaríamos frente al perfil del ecoturista. Desde esta perspectiva encontramos interés por el contacto con la naturaleza, pero es cuestionable ya que aparece como actividad recreativa, como un escape de las grandes ciudades, como un paso casi obligado para continuar visitando otros atractivos de la región o simplemente para descansar sin la necesidad de realizar ninguna excursión más que como medio para incorporar conocimientos del medio natural.

No apareciendo con peso la visita para ayudar a la conservación de la palmera yatay, que precisamente es el recurso protagonista que da vida al Refugio de Vida Silvestre. Esto se relaciona a que estamos frente a un turista que llega al destino sin haber buscado información previamente, sin conocer siquiera que está visitando un área protegida a nivel provincial. Exceptuando los grupos escolares, pero que en realidad forma parte de una exigencia por parte de las instituciones educativas para poder realizar el viaje. Por otro lado los turistas reconocen la búsqueda de un servicio personalizado el cual es encontrado en el refugio, logrado en parte por el control en el número de visitantes.

Como fue expresado conceptualmente, existen distorsiones entre el concepto y la práctica del ecoturismo; y es exactamente esto lo que sucede en este caso de estudio. Aunque cabe aclarar que la utilización por parte de La Aurora del Palmar del concepto ecoturismo no se hace con sentido de marketing, sino porque realmente las actividades ofrecidas y la filosofía tanto de los dueños como de los empleados es la conservación de su ambiente como fin primero y único.

Como balance final la actividad turística desarrollada en el Refugio de Vida Silvestre desde la oferta se encuentra bajo las características del ecoturismo, mientras que desde la perspectiva de la demanda está bajo los parámetros de un turismo responsable; por lo cual si consideramos en conjunto a la oferta y la demanda, entonces estaríamos frente a una modalidad de turismo de naturaleza bajo parámetros de sustentabilidad.

REFERENCIAS

- Báez, A. (2003).** Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en áreas protegidas. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. México.
- Brohman, J. (1996).** New directions in tourism for Third world development. *Annals of Tourism Research*, 23, 48-67.
- Butler, R.W. (1992).** Ecotourism: its changing face and evolving philosophy. Paper en IV World Congress on National Parks and Protected Areas, Caracas, Venezuela.
- Ceballos Lascurain, H. (1998).** Ecoturismo. Naturaleza y desarrollo sostenible. México. Editorial Diana.
- Conferencia Mundial de Turismo Sostenible.** Islas canarias, España. Abril de 1995.
- Gemelli, A. (2005)** Unidad de Turismo Sustentable y Ambiente. Subsecretaría de Promoción del Desarrollo Sustentable. [Artículo en línea].
- Jiménez Cardoso, C. (2006).** Turismo sostenible. Una revisión conceptual aplicada. Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, México.
- Mathieson G. y Wall (1990)** Turismo, repercusiones económicas, físicas y sociales, Ed. Trillas, México.

Molina, S. (2003). O pós-turismo. Editorial: Aleph. San pablo, Brasil.

Morera, C. (1998). Turismo sustentable en Costa Rica. Costa Rica. Abya-Yala.

Newsome, D.; Moore, S. y Dowling, R. (2002). Natural Area Tourism. Ecology, impacts and management. Inglaterra.

OMT (1999). Agenda para planificadores locales: Turismo sostenible y gestión municipal. Edición para América Latina y el Caribe. Publicación de Turismo y Medioambiente.

OMT 2013. "El ecoturismo como elemento clave para erradicar la pobreza y proteger el medio ambiente".

Ospina Díaz, M; Mora, R., Romero Infante, J. (2013) Ecoturismo: Diagnostico y propuesta estratégica para la oferta de destinos ecoturísticos en Colombia por parte de la agencias de turismo localizadas en Bogotá DC. Vol. IX, N 17, pp. 7-28.

UICN (2008). Directrices para la aplicación de las categorías de gestión de áreas protegidas. Gland, Suiza. Editado por Nigel Dudley.

Vera, J, López Palomeque, F., Marchena, M., Anton Clavé, S. (1997) Análisis territorial del turismo: una nueva geografía del turismo. Ariel, Barcelona.

Wearing, S. y Neil, J. (1999). El ecoturismo: modelo de desarrollo sostenible. En "Ecoturismo. Impacto, tendencias y posibilidades". Madrid, España. Editorial Síntesis. 239-250.

RESEARCH / INVESTIGACIÓN

La sostenibilidad a través de la capacidad de carga en los senderos turísticos del Bosque Protector Cerro Blanco, provincia del Guayas, Ecuador

Sustainability through carrying capacity on the tourist trails of Cerro Blanco Protected Forest, Guayas Province, Ecuador

Diana Delgado¹, Annabelle Villacis², Jimmy Cedeño³, Roberto Herrera⁴, Byron Oviedo⁵, Renato Baque⁶, Carlos Belezaca⁷ y Rolando López⁸.

Resumen: El turismo rural y la nueva sensibilidad respecto a la conservación y disfrute de la naturaleza están posibilitando la puesta en marcha de numerosas iniciativas para hacer frente a las exigencias y necesidades de la nueva demanda turística. El objetivo principal de este trabajo fue diseñar y trazar los nuevos senderos turísticos, contando para ello con el estudio de capacidad de carga en el Bosque Protector Cerro Blanco (BPCB), localizado en la provincia del Guayas, Ecuador. El BPCB es una de las reservas más grandes y mejor conservadas de bosques seco-tropicales en el Ecuador. Se hicieron varios recorridos para establecer los parámetros adecuados que cumplieran con las necesidades adecuadas para cada sendero. Se calcularon los indicadores de capacidad de carga física (CCF) y capacidad de carga real (CCR). La CCF se estimó en 554 personas (Sendero San Agustín) y 583 personas (Sendero Buenavista Dos). La CCR se estimó en 24 personas/día (Sendero San Agustín) y 28 personas/día (Sendero Buenavista Dos). De esta forma, considerando la CCF podrían ingresar 62 grupos de 9 personas al Sendero San Agustín y 65 grupos de 9 personas al Sendero Buenavista Dos; si se considera la CCR podrían ingresar 10 grupos al Sendero San Agustín y 22 grupos al Sendero Buenavista Dos. Se constató que la inclinación (pendiente), medida en porcentaje, es un factor importante para determinar el tipo de sendero diseñado. Una importante conclusión es que el estudio de capacidad de carga en los senderos turísticos es la mejor forma de contribuir a la sostenibilidad del área protegida, sea pública o privada.

Palabras clave: Bosques seco-tropicales, capacidad de carga física y real, sostenibilidad, área protegida.

sica y real, sostenibilidad, área protegida.

Abstract: Rural tourism and the new sensitivity to conservation and the enjoyment of nature are facilitating the launch of numerous initiatives to meet the challenges and needs of the new tourism demand. The primary aim of this work was to design and chart new tourist trails, for which the carrying capacity in the Cerro Blanco Protected Forest (BPCB in Spanish) in Guayas Province, Ecuador was studied. The BPCB is one of the largest and best conserved reserves of tropical dry forests in Ecuador. Several routes were created to establish the right parameters that fulfilled the needs for each trail. The indicators of physical carrying capacity (PCC) and real carrying capacity (RCC) were calculated. The PCC was estimated to be 554 people (San Agustín Trail) and 583 people (Buenavista Dos Trail). The RCC was estimated to be 24 people (San Agustín Trail) and 28 people (Buenavista Dos Trail). Thus, considering the PCC, 62 groups of 9 people could enter the San Agustín Trail and 65 groups of 9 people the Buenavista Dos Trail; if the RCC is considered, 10 groups could enter the San Agustín Trail and 22 groups the Buenavista Dos Trail. It was found that the inclination (slope), measured in percentage, is an important factor in determining the type of trail design. An important conclusion is that the study of carrying capacity on tourist trails is the best way to contribute to the sustainability of the protected area, be it public or private.

Key words: Tropical dry forests, physical and real carrying capacity, sustainability, protected area.

(Presentado: 31 de mayo de 2016. Aceptado: 23 de junio de 2016)

¹ Máster en Administración Ambiental e Ingeniería en Ecoturismo – Universidad Técnica Estatal de Quevedo – EC120508. Ecuador. ddelgado@quteq.edu.ec

² Máster en Administración Ambiental – Universidad Técnica Estatal de Quevedo – EC120508. Ecuador. avillacis@quteq.edu.ec

³ Máster en Medio Ambiente - Facultad de Ciencias de la Ingeniería – Universidad Técnica Estatal de Quevedo – EC120508. Ecuador. jcedeno@quteq.edu.ec

⁴ Carrera de Ecoturismo - Facultad de Ciencias Ambientales – Universidad Técnica Estatal de Quevedo – EC120508. Ecuador. rherrera@quteq.edu.ec

⁵ Máster en Telecomunicaciones - Departamento de Vinculación - Universidad Técnica Estatal de Quevedo – EC120508. Ecuador. boviedo@quteq.edu.ec

⁶ Carrera de Ecoturismo - Facultad de Ciencias Ambientales – Universidad Técnica Estatal de Quevedo – EC120508. Ecuador. rbaque@quteq.edu.ec

⁷ Carrera Ingeniería Forestal - Facultad de Ciencias Ambientales – Universidad Técnica Estatal de Quevedo – EC120508. Ecuador. cbelezaca@quteq.edu.ec

⁸ Carrera Ingeniería Forestal - Facultad de Ciencias Ambientales – Universidad Técnica Estatal de Quevedo – EC120508. Ecuador. rlopez@quteq.edu.ec

INTRODUCCIÓN

Caminar es algo tan antiguo como la misma especie humana. Los caminos constituyen una herencia de nuestros antepasados y han servido para comunicar poblaciones y a sus habitantes. Su trazado responde a los usos de agricultores, ganaderos, religiosos, comercio, y peregrinos. Caminar por gusto, sin necesidad de hacerlo y como fenómeno social es algo mucho más reciente. El senderismo como actividad, nació estrechamente vinculado al contexto de los deportes de montaña y a las asociaciones y federaciones que agrupan a sus practicantes. Ha sido el auge del turismo rural y de interior, y la nueva sensibilidad respecto a la conservación y disfrute de la naturaleza, la que está posibilitando la puesta en marcha de numerosas iniciativas para hacer frente a las exigencias y necesidades de la nueva demanda turística (M^a Luz Tudela Serrano, 2009).

En el contexto recreacional a la capacidad de carga se la 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 turística recreativa de un área es necesario conocer la relación existente entre los parámetros de manejo del área, parámetros físico, de visitantes y ambientales, para de esta manera tomar la mejor decisión de acuerdo a evitar los impactos ambientales ocasionados por el flujo de visitantes en un área turística. Por lo tanto la capacidad de carga es una estrategia potencial para minimizar los impactos ambientales en la recreación de los visitantes en Áreas Naturales Protegidas. La capa-

cidad de carga de visitantes debe ser considerada a tres niveles consecutivos. (LÓPEZ, 1990).

Hay tres tipos de capacidad de carga que deben ser considerados. La Capacidad de Carga Física (CCF) está dada por la relación simple entre el espacio disponible y la necesidad normal de espacio por visitante, entendida como el límite máximo de visitas que pueden hacerse en un sitio con espacio definido, en un tiempo determinado. La Capacidad de Carga Real (CCR) se determina sometiendo a la CCF a una serie de factores de corrección (reducción) que son particulares a cada sitio, como la erosión y accesibilidad para este caso particular, según sus características. Los factores de corrección se obtienen considerando variables físicas, ambientales, ecológicas, sociales y de manejo que modifican o podrían cambiar su condición y su oferta de recursos. La Capacidad de Carga Permisible (CCP), toma en cuenta el límite aceptable de uso, al considerar la capacidad de manejo de la administración del área, la cual cambia al modificarse la capacidad de manejo administrativa o por acondicionamiento del sendero turístico. Es el límite máximo de visitantes que se puede permitir, dada la capacidad para ordenarlos y manejarlos. La capacidad de manejo se define como la suma de condiciones que la administración de un área protegida necesita para poder cumplir a cabalidad con sus funciones y objetivos. En donde intervienen variables como respaldo jurídico, políticas, equipamiento, dotación de personal, financiamiento, para obtener una figura de lo que sería la capacidad de manejo mínima indispensable. (CI-FUENTES, 1992).

Los administradores de Áreas Naturales y Científicos tradicionalmente se han preocupado de la integridad ecológica de los sitios visitados. Se asume que los impactos negativos crecen en forma lineal o no lineal con el aumento de visitantes y se quiere impedir que el deterioro lleve a la reducción de la diversidad ecológica y biológica de un sitio y a un punto donde una pronta recuperación a condiciones aceptables sea difícil (CAJAS, 2001). Existen parámetros medibles que podemos utilizar para el efecto: destrucción de la vegetación, baja densidad de vida silvestre, sitios de fogatas. Podemos seguir un procedimiento cuantitativo como aquel propuesto por (CIFUENTES, 1992) de estimación de capacidad de carga desarrollada en Costa Rica, que tiene su origen en las estimaciones realizadas hace aproximadamente una década en el Parque Nacional Galápagos. Cifuentes (1992) parte de la sanción de que por falta de capacidad de manejo en las áreas de reserva en los países en vía de desarrollo es necesario usar métodos comprensibles y aplicables a la realidad, y que el método discutido presenta estas características, ya que se desarrolla en una serie de pasos lógicos y con fórmulas de fácil aplicación.

METODOLOGÍA

Para diseñar un sendero por lo general se hace el análisis en la hoja topográfica del lugar para ver por dónde se quiere establecer el sendero, pero en este caso se aprovechó trochas ya establecidas por los guardaparques del Bosque Protector Cerro Blanco y se hicieron 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 del sendero ya que estas siempre se debe medir al inicio, en medio y al final de cada curva para obtener la longitud real del sendero y en las partes rectas se avanzaba hasta 10 metros.

Para el análisis de la CCF se aplicó la siguiente fórmula (CIFUENTES, 1992):

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

Donde S es la longitud del sendero (m), AG es la distancia ocupada por un grupo de 8 personas más la distancia mínima ocupada entre grupos, y NV/día es el horario de visita dividido para el tiempo necesario para visitar el sitio. Para al cálculo de la CCR se aplicó la siguiente fórmula (CIFUENTES, 1992):

$$FCX = 1 - \frac{Mlx}{Mtx}$$

Donde FCx es el factor de corrección para la variable x, Mlx es la magnitud limitante de la variable x, y Mtx es la magnitud total de la variable x.

RESULTADOS

Para obtener los datos de los tres niveles de capacidad de carga se consideraron como parámetros para los senderos los factores de visita, físicos, sociales, ambientales, y biológicos. Se consideraron las siguientes condiciones para realizar los cálculos:

- Flujo de visitantes.
- Una persona requiere normalmente 1 m2 de espacio para moverse libremente. En el caso de sendero es 1 metro lineal.
- Tiempo necesario para una visita a cada sendero.
- Horario de visita. En este caso de 8h00 a 16h00 horas, esto es 8 horas.

Cálculo de la capacidad de carga física:

S: Longitud del sendero (1.091 metros del sendero San Agustín) y (2.647,66 metros del sendero Buenavista Dos).

AG: Es la distancia ocupada por un grupo de 9 personas (9 metros), más la distancia mínima entre grupos que es 100 metros, esto es 109 metros.

NV/día: Para calcular el número de visitas por día se dividió el horario de visita para el tiempo necesario para visitar el sitio.

Sendero San Agustín 8 horas diarias / 1,30 horas para visitar.

Sendero San Agustín:

$$CCF = \frac{1.091}{109} * \frac{8}{1,30} = 62 \text{ grupos}$$

$$CCF = 61,59 \text{ grupos} * 9 \text{ personas por grupo} = 554,34 \text{ personas}$$

Sendero Buenavista Dos:

$$CCF = \frac{2.647,66}{109} * \frac{8}{3} = 64,77 \text{ grupos}$$

$$CCF = 64,77 \text{ grupos} * 9 \text{ personas por grupo} = 582,96 \text{ personas}$$

Cálculo de la capacidad de carga real:

Para el cálculo de la capacidad de carga real se sometió a una serie de factores de corrección, particulares para cada sitio. Los factores de corrección para este estudio fueron: Factor social (*FCsos*), accesibilidad (*FCacc*), precipitación (*FCpre*), y brillo solar (*FCsol*). Estos factores se calculan de la fórmula general:

$$FCx = \frac{Mlx}{Mtx} * 100$$

Donde *FCx* es el factor de corrección para la variable *x*, *Mlx* es la magnitud limitante de la variable *x*, y *Mtx* es la magnitud total de la variable *x*.

- **Factor social (*FCsoc*)**

Considerando aspectos referentes a la calidad de visita, se plantea la necesidad de manejar la visita por grupos. Para un mejor control de flujo de visitantes será manejada bajo los siguientes supuestos:

- Grupos de máximo 9 personas en cada sendero, incluido el guía.
- La distancia entre grupos debe ser de al menos 100 metros, para evitar interferencias entre grupos.

Puesto que la distancia entre grupos es de 100 metros y cada persona ocupa 1 metro de sendero, entonces cada grupo requiere de 109 metros, en cada sendero. El número de grupos (NG) que pueden estar simultáneamente en cada sendero se calculó de la siguiente manera:

$$NG = \frac{\text{distancia total del sendero}}{\text{distancia requerida por cada grupo}}$$

Por lo tanto:

Sendero San Agustín:

$$NG = \frac{1.091}{109} = 10 \text{ grupos}$$

Sendero Buenavista Dos:

$$NG = \frac{2.647,66}{109} = 24,29 \text{ grupos}$$

Para calcular el factor de corrección social fue necesario primero identificar cuantas personas (P) pueden estar simultáneamente dentro de cada sendero. Esto se hizo a través de:

$$P = NG * \text{número de personas por grupo}$$

Entonces:

Sendero San Agustín:

$$P = 10 * 9 \text{ personas / grupo} = 90 \text{ personas}$$

Sendero Buenavista Dos:

$$P = 22,29 * 9 \text{ personas / grupo} = 218,6 \text{ personas}$$

Para calcular el factor de corrección social (F_{csoc}) se necesitó identificar la magnitud limitante que, en este caso, es aquella porción del sendero que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mí-

nima entre grupos. Por esto, dada que cada persona ocupa 1 metro del sendero, la magnitud limitante es igual a:

$$ml = mt - P$$

Sendero San Agustín:

$$ml = 1.091 - 90 = 1.001 \text{ metros}$$

Sendero Buenavista Dos:

$$ml = 2.647,66 - 218,6 = 2.429,06 \text{ metros}$$

Entonces:

$$FCx = \frac{Mlx}{Mtx} * 100$$

Sendero San Agustín:

$$F_{csoc} = \frac{1.001}{1.091} * 100 = 91,75\%$$

Sendero Buenavista Dos:

$$F_{csoc} = \frac{2.429,06}{2.647,66} * 100 = 91,7\%$$

- Factor de accesibilidad (FC_{acc})

Mide el grado de dificultad que podrían tener los visitantes para desplazarse por el sendero, debido a la pendiente. Se establecieron las siguientes categorías:

TABLA 1. Categorías de porcentajes de dificultad

Dificultad	Pendiente
Ningún tipo de dificultad	≤ 16 por ciento
Dificultad media	16 – 33 por ciento
Dificultad alta	≥ 33 por ciento

Los tramos que poseen un grado de dificultad medio o alto son los únicos considerados significativos al momento de establecer restricciones de uso. Puesto que un grado alto representa una dificultad mayor que un grado medio, se incorporó un factor de ponderación de 0,50 para el nivel medio de dificultad y 0,75 para el nivel alto. Así:

$$FCacc = \frac{(ma * 0,75) + (mm * 0,50)}{mt} * 100$$

Donde *ma* son metros del sendero con dificultad alta, *mm* son metros del sendero con dificultad media, y *mt* son metros totales del sendero. Entonces:

Sendero San Agustín:

$$FCacc = \frac{(101,75 * 0,75) + (397,12 * 0,50)}{1.091} * 100$$

$$FCacc = \frac{(76,31) + (198,56)}{1.091} * 100$$

$$FCacc = 0,2519 * 100 = 25,19\%$$

Sendero Buenavista Dos:

$$FCacc = \frac{(140,91 * 0,75) + (682,24 * 0,50)}{2.647,66} * 100$$

$$FCacc = \frac{(105,68) + (341,12)}{2.647,66} * 100$$

$$FCacc = 0,168 * 100 = 16,87\%$$

- **Factor de precipitación (*FCpre*)**

Es un factor que impide la visita normal por cuanto que la mayoría de los visitantes no están dispuestos hacer recorridos bajo lluvia. Se consideran los meses de mayor precipitación (diciembre a abril), en los cuales la lluvia se presenta con mayor frecuencia en las horas de la tarde. A partir de esto se determinó que las horas de lluvia limitante por día en este periodo son de cuatro horas (de 12h a 16h), lo que representa 720 horas en 6 meses. Con base a ello se calculó el factor de la siguiente manera:

$$FCpre = \frac{hl}{ht} * 100$$

Donde *hl* son horas de lluvia limitantes por año (180 días * 4 h/día = 720 h) y *ht* son horas al año que el BPCB está abierto (360 días * 8 h/día = 2.880 h). Entonces:

Sendero San Agustín y Sendero Buenavista:

$$FCpre = \frac{720}{2.880} * 100 = 25\%$$

- **Factor de brillo solar (*FCsol*)**

En algunas horas del día, cuando el brillo del sol es muy fuerte entre las 10h y las 15h, las visitas a sitios sin cobertura resultan difíciles o incómodas. Para el caso de BPCB, este factor es limitante para los Senderos San Agustín y Buenavista Dos, donde existe sin cobertura vegetal un aproximado de 278,05 y 530,78 metros respectivamente. Durante los tres meses con poca lluvia (agosto, septiembre y octubre) se tomó en cuenta las cinco horas limitantes (90 días/año * 5h/día = 450 h/año) y, durante los 4 meses de lluvia

sólo se tomaron en cuenta las horas limitantes por la mañana (122 días/año * 2 h/día = 244 h/año). Además, estos cálculos se aplicaron a los tramos sin cobertura. Así, la fórmula es la siguiente:

$$FCsol = \frac{hsl}{ht} * \frac{ms}{mt} * 100$$

Donde *hsl* son horas de sol limitante / año (450 h + 244 h = 694 h), *ht* son horas al año que el BPCB está abierto (2.880 h), *ms* son metros del sendero sin cobertura, y *mt* son metros totales del sendero. Entonces:

Sendero San Agustín:

$$FCsol = \frac{694 h}{2.880 h} * \frac{278,05 m}{1.091 m} * 100 = 6,14\%$$

Sendero Buenavista:

$$FCsol = \frac{694 h}{2.880 h} * \frac{530,78 m}{2.647,66 m} * 100 = 4,8\%$$

Cálculo final de la capacidad de carga real

A partir de la aplicación de los factores de corrección mencionados, se calculó la capacidad de carga real.

Sendero San Agustín:

$$CCR = 554,34 * \frac{100 - 91,75}{100} * \frac{100 - 25,19}{100} * \frac{100 - 24,79}{100} * \frac{100 - 8,77}{100}$$

$$CCR = 554,34 * 0,0825 * 0,7481 * 0,7521 * 0,9123$$

$$CCR = 23,47 \text{ personas por día}$$

Sendero Buenavista Dos:

$$CCR = 582,96 * \frac{100 - 91,8}{100} * \frac{100 - 18}{100} * \frac{100 - 25}{100} * \frac{100 - 5,20}{100}$$

$$CCR = 582,96 * 0,0825 * 0,82 * 0,75 * 0,948$$

$$CCR = 28,03 \text{ personas por día}$$

Cálculo para la capacidad de carga efectiva

En el presente estudio se determinó la capacidad de manejo (CM), con un número óptimo del 100%, en base a los resultados de los recursos obtenidos, realizando una regla de tres simple. En este caso, se realizó una aproximación de la capacidad de manejo del Bosque Protector Cerro Blanco, en las

que se consideró las variables personal, infraestructura y equipamiento. Estas fueron seleccionadas por su facilidad de análisis y medición, y debido a que se contó con la información requerida para el caso. A continuación se detalla cada una de las tablas.

TABLA 2. Cálculo de la capacidad de manejo, de la variable personal.

Recurso	%	N. Existente	N. Óptimo	CM. (%)
Director Ejecutivo	100%	1	1	100
Asistente Administrativo	100%	1	1	100
Asistente Turismo	100%	1	2	100
Vivero Forestal	100%	1	1	100
Secretaria Contable	100%	1	1	100
Contador	100%	1	1	100
Recepcionista	100%	0	1	0
Guardaparques	100%	9	12	75
Médico Veterinario	100%	1	1	100
Chóferes	100%	2	3	67
Guías	100%	15	26	57
Voluntarios	100%	4	4	100
Total	1200			999
Promedio	100%			83%

Fuente: Datos de la investigación.

En la tabla 2 se observa que se requiere una recepcionista para que se dedique solo actividades auxiliares como dar información al turista que llama por teléfono o llega al BPCB, coordine actividades con los guías y grupos de turis-

tas que visitan el área; además se consideró el número óptimo de guías como 26 ya que ese es el número de guías que constan en la lista y que no siempre pueden cumplir sus funciones.

TABLA 3. Cálculo de la capacidad de manejo, de la variable infraestructura.

Recurso	%	No. Existente	No. Optimo	CM. (%)
Oficina administrativa	100%	1	1	100
Casa de Huésped	100%	1	1	100
Caseta de entrada	100%	1	1	100
Vivero forestal	100%	1	1	100
Parqueadero	100%	15	20	75
Área para acampar	100%	1	1	100
Área de picnic	100%	1	1	100
Asadores	100%	3	5	60
Basureros higiénicos	100%	11	11	100
Basurero para reciclaje	100%	10	10	100
Mesas	100%	14	14	100
Baterías sanitarias	100%	7	7	100
Duchas	100%	5	7	71
Lavamanos	100%	8	9	89
Pilas de Lavado	100%	0	1	0
Tienda de souvenir	100%	1	1	100
Bodega	100%	5	5	100
Centro de Rescate	100%	1	1	100
Senderos	100%	3	3	100
Mirador	100%	2	2	100
Puentes	100%	2	2	100
Asientos	100%	4	4	100
Señalización	100%	42	42	100
Glorieta de Información	100%	1	1	100
Totales	2400			2195
Promedio	100%			91%

Fuente: Datos de la investigación.

Como se puede observar en la tabla 3 la variable infraestructura, en los recursos de parqueadero, asadores, duchas, lavamanos se ha incrementado el número existente de cada uno de éstos, ya que en ocasiones llegan grupos

grandes a acampar y estos lugares se congestionan y hace a la vez que los turistas no se sientan tan cómodos. La pila de lavado es necesaria para la casa de huésped para que los voluntarios puedan lavar la ropa con más comodidad.

TABLA 4. Cálculo de la Capacidad de Manejo, de la variable Equipamiento.

Recurso	%	No. Existente	No. Óptimo	CM. (%)
Vehículo	100%	4	5	80
Radio	100%	6	10	60
Arma de fuego	100%	0	4	0
Extintor de incendios	100%	6	10	60
Ventiladores	100%	5	8	62,5
Aire acondicionados	100%	1	1	100
Sleeping	100%	0	40	0
Colchonetas	100%	40	40	100
Video grabadora	100%	0	1	0
Botiquín de primeros auxilios	100%	2	4	50
Proyector de diapositivas	100%	1	1	100
Pantalla de proyección	100%	0	1	0
Computadoras	100%	8	10	80
Impresora	100%	5	5	100
Escritorios	100%	6	8	75
Sillas	100%	26	32	81
Literas	100%	6	6	100
Archivadores	100%	4	6	67
Biblioteca	100%	2	2	100
Refrigeradora	100%	3	3	100
Copiadora	100%	1	1	100
Carpas	100%	2	8	25
Televisor	100%	1	1	100
Scanner	100%	1	1	100
Microondas	100%	1	1	100
Dispensador de agua	100%	1	5	20
Binoculares	100%	3	6	50
Altímetro	100%	2	2	100
Clinómetro	100%	2	2	100
GPS	100%	3	3	100
Totales	3000			2110
Promedio	100%			70%

Fuente: Datos de la investigación.

El equipamiento es algo fundamental ya que en la tabla 4 se considera un nivel óptimo mayor al existente en las variables de vehículo, radio, arma de fuego, ya que estos equipos son necesarios en el momento que se realizan las rondas por la parte baja y alta de la montaña para cuidar el área; el extintor de incendios es necesario ya que hay quemaduras

restales muy constantes y se debe que tener precauciones para evitar cualquier inconvenientes. Las carpas, sleeping y binoculares, son fundamentales tener en un mayor número ya que en muchas ocasiones los grupos que llegan a campar no tienen estos equipos; finalmente las computadoras, sirven para que los voluntarios realicen sus trabajos.

TABLA 5. Sumatoria de las variables para la capacidad de manejo.

Variable	Valor
Personal	83
Infraestructura	91
Equipamiento	70
Capacidad de Manejo	81%

Fuente: Datos de la investigación.

Sendero San Agustín:

$$CCE = CCR * CM$$

$$CCE = 23,47 * 0,81$$

$$CCE = 19 \text{ personas al día}$$

Sendero Buenavista Dos:

$$CCE = CCR * CM$$

$$CCE = 28,03 * 0,81$$

$$CCE = 22,7 \text{ personas al día}$$

4. Discusión y Conclusiones

Se ha podido constatar que la pendiente es un factor importante para determinar el tipo de sendero que se ha diseñado. El análisis de las pendientes de los dos senderos se hizo en porcentaje, ya que es la medida que actualmente se utiliza para realizar esta actividad. Dado que se utilizó el valor promedio de precipitación al año el resultado fue el mismo para los dos senderos. Se pudo determinar que el factor más limitante de todos es el Factor de Corrección Social, aunque no por ello el más significativo. Todos los senderos tienen el mismo resultado al tener algunas variables fijas como el número de personas por grupo y la distancia mínima necesaria entre cada grupo.

El grupo de turistas que ingresen a los nuevos senderos

del Bosque Protector Cerro Blanco será de 9 personas incluido el guía. Considerando la CCF pueden ingresar 62 grupos al sendero canoa y 65 grupos al sendero Buenavista Dos; y si se considera la CCR en el sendero canoa pueden ingresar 10 grupos y al sendero Buenavista Dos pueden ingresar 22 grupos.

Finalmente, cabe destacar que el estudio de capacidad de carga en los senderos turísticos es la mejor forma de contribuir a la sostenibilidad del área protegida sea pública o privada.

REFERENCIAS

- Boo, E. (1992).** La explosión del ecoturismo. Plan para el Manejo y Desarrollo. Mercedes Oteguiacha.
- Cajas, C. (2001).** Estudio de Capacidad de Carga de los sitios de visita del Bosque Protector Cerro Blanco.
- Cifuentes, M. (1992).** Determinación de la capacidad de carga turística en áreas protegidas. Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE). Turrialba Costa Rica.
- Horstman, E. (1988).** Plan de manejo del Bosque Protector Cerro Blanco.
- Inderena. (1995).** Manual de Senderos de interpretación Ambiental. Bogota – Colombia.
- López, J. (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".
- Tudela, A.I. (2009).** Capacidad de carga turística en cuatro senderos de Caravaca de la Cruz (Murcia). Murcia.
- MINTUR. (2004).** Inventario de atractivos naturales y culturales.

La Responsabilidad Social Empresarial y la gestión del servicio en el sistema turístico

Corporate Social Responsibility and service management in the tourism system

Diego Salazar Duque¹.

Resumen: La Responsabilidad Empresarial Social (RSE) es un factor clave en la evolución de las actividades, acciones, actitudes y comportamientos de las empresas que ofertan productos y servicios a un mercado muy variado. Esto también es válido en la gestión del servicio de todas aquellas empresas que conforman un sistema turístico. El objetivo de este trabajo fue identificar la relación e importancia que tiene la RSE con la gestión del servicio en el sistema turístico. Para ello se analizaron los impactos económicos, sociales y medioambientales que se generan en los distintos sectores que conforman el sistema por parte de las actividades turísticas, la gestión del servicio y el control generado por parte de las superestructuras turísticas. Una importante conclusión es que todas las empresas que conforman un sistema turístico deben tener presente que la RSE afecta a todo el sistema, no solo a una empresa en particular. Esto implica que se deben generar mecanismos estandarizados o normas técnicas que sirvan como medio para la implementación de programas y resultados de RSE. Además, en el sistema turístico la RSE es un compromiso de todos los actores, grupos de interés o stakeholders que se involucran en el sistema, ya sea de forma directa o indirecta.

Palabras clave: Actividades turísticas, normas técnicas, grupos de interés, stakeholders.

Abstract: Corporate social responsibility (CSR) is a key factor in the evolution of activities, actions, attitudes and behaviors of the companies that supply products and services to a highly varied market. This is also true in the service management of all those companies that comprise a tourism system. The aim of this work was to identify the relation and importance that CSR has with service management in the tourism system. To do this, an analysis was performed of the economic, social and environmental impacts produced in the different sectors of the system comprised of tourism activities, service management and the oversight generated by tourism superstructures. An important conclusion is that all the companies that make up a tourism system must take into consideration that CSR affects the entire system, not just one company. This means that standardized mechanisms or technical standards must be created that serve as a means to implement CSR programs and outcomes. In addition, in the tourism system CSR is a commitment by all the actors, interest groups or stakeholders involved in the system, directly or indirectly.

Key words: Tourist activities, technical standards, interest groups, stakeholders.

(Presentado: 20 de mayo de 2016. Aceptado: 27 de junio de 2016)

¹ Doctor en Administración y Gestión de Empresas, Director del Centro de Investigaciones CIDITUR, Facultad de Hospitalidad y Servicios, Universidad Tecnológica Equinoccial. Ecuador. diegoa.salazar@ute.edu.ec

INTRODUCCIÓN

Por lo general se ha considerado que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un factor clave en la evolución de las actividades, acciones, actitudes y comportamientos de las empresas que ofertan productos y servicios a un mercado muy variado. Este fundamento también se presenta en la gestión del servicio de todas aquellas empresas que conforman un sistema turístico muy indiferentemente de su lugar geográfico. Por lo tanto, esta investigación tiene como objetivo identificar la relación e importancia que tiene la RSE con la gestión del servicio en el sistema turístico analizando desde los impactos económicos, sociales y medio ambientales que se generan en los distintos sectores que conforman el sistema por parte de las actividades turísticas, la gestión del servicio de las empresas y el control por parte de las superestructuras turísticas que pueden existir en el sistema. Este proceso exige a cada empresa de los diferentes sectores que conforman el sistema a comprometerse como impulsores del servicio y entender el papel que juegan ante la sociedad civil, y de los diversos aportes que se ejercen por sus distintas actividades a nivel ambiental, social y económico las que se encuentran vinculadas entre sí. En esta investigación se concluye que las superestructuras y las empresas que conforman el sistema turístico deben generar mecanismos técnicos de control y evaluación sobre las actividades y comportamientos que realizan en la gestión del servicio.

Sobre la RSE y la relación con el turismo existen pocos estudios que profundicen su correspondencia con el servicio. Temas como los desarrollados por Martínez (2012) y Peña y Cantalops (2012) abordan pequeños sectores, que brindan un cierto servicio, más no engloban la gestión del servicio en todo su contexto como parte de un sistema turístico. En concordancia con lo manifestado y utilizando como meto-

dología la revisión y el análisis bibliográfico de los distintos aportes que abordan la temática, se busca responder a la interrogante: ¿es aplicable el concepto de responsabilidad social a la gestión del servicio en el sistema turístico? Se identifica la RSE como un factor clave de gestión para que las empresas que conforman el sistema turístico puedan enfrentar sus cambios en forma oportuna y logren tomar decisiones adecuadas para mejorar su aporte y su relación con la sociedad, y el entorno natural en donde se encuentran. De esta forma desarrollar la promoción de prácticas turísticas que cumplan criterios de responsabilidad social, dentro de las empresas que componen el sistema.

El desarrollo de este artículo comprende tres secciones. La primera aborda conceptos generales sobre la RSE; la segunda un desarrollo de los diversos tópicos relacionados con el tema, tales como el factor de gestión, el proceso de gestión del servicio como parte del sistema turístico, y la relación que existe entre la responsabilidad social en la gestión del servicio en el sistema turístico. Finalmente en la última sección se presenta una discusión sobre la temática desarrollada junto con las conclusiones obtenidas sobre la temática y las referencias.

MARCO TEÓRICO

Aunque la RSE es esencial para la empresa, actualmente se ha transformado en una nueva forma de gestión y de producción de servicios. Los conceptos o definiciones que presentan varios autores tienen mucha relación entre sí. Por ejemplo el concepto de RSE, según Cajiga (2011) es la capacidad de responder a desafíos internos y externos que maximicen los impactos positivos y minimicen los negativos. Se fundamenta en las operaciones de forma sustenta-

ble en el ámbito de lo económico, social y ambiental por medio del reconocimiento de los intereses de los distintos grupos sociales con los que tiene relación la empresa y su preservación con el medio ambiente. De acuerdo a Ramos et al. (2009) la RSE es un concepto complejo que aborda temas que comprenden aspectos éticos, económicos, ambientales y sociales, mismos que dependen del entorno donde se desenvuelven y que tiene una aplicación de gestión. Para Gaete et al. (2008) el concepto de RSE se desarrolla a nivel de empresa tanto en el ámbito externo como del interno, ya sean estas por las distintas actividades, acciones, actitudes y comportamientos que se efectúen a nivel empresarial, mismos que se deben orientar “a la protección y cuidado de los intereses de la sociedad en su conjunto, estableciendo relaciones transparentes y sustentables con los distintos actores”, grupos de interés (o stakeholders). En definitiva la RSE es un principio que se basa en un enfoque de valores generados en virtud de los objetivos y/o propósitos principales que la organización define en su misión y visión y que fortalece continuamente a la cultura organizacional como instrumento de construcción de un sentido social compartido (Red Iberoamericana de universidades por la RSE (Cap. 1), 2010).

De esta forma se da por entendido que la RSE no está ajena a las actividades que desarrolla la empresa. Esto implica cumplirla a conciencia con el fin de que se genere un impacto directo de forma positiva tanto interna como externamente, en los distintos grupos y comunidades vinculados con su operación.

El sistema turístico

Analizando a través de la historia, el ser humano como turista ha buscado aprovechar el tiempo libre durante sus viajes por medio de diversas actividades las cuales identificadas adecuadamente satisfacen sus necesidades o de-

seos. El individuo por medio del turismo encuentra lo que busca en espacios abiertos o cerrados ya sea de carácter público o privado donde se involucran varios individuos, escenarios y sectores que ofrecen productos y servicios que pueden ser o no de calidad, logrando así cubrir o saciar esa búsqueda de bienestar y deseo en un tiempo indeterminado (Boullón, 2003). A este patrón se lo denomina “sistema turístico” el cual se conforma dentro de un conjunto de normas y procedimientos que brindan, regulan o constituyen y buscan el bienestar de un grupo o una colectividad por efecto de la demanda de un mercado y la gestión del servicio por parte de una comunidad (Kotler, Bowen, & Makens, 2004).

El sistema turístico con sus diversos sectores, categorías y actividades, contribuye con un fuerte ingreso económico, lo que genera posibilidades de crecimiento en función de la matriz productiva para el estado y un gran número de fuentes de trabajo (calidad de vida laboral) siendo este último el medio por el cual existe la oferta de productos y servicios al turista, con el objetivo de atender, informar, facilitar, orientar y satisfacer sus necesidades, experiencias, gustos y deseos durante su viaje o estancia (Boullón, 2003; Kotler et al., 2004). En ese sentido surge para el sistema de servicios turísticos un desafío, la preocupación por los impactos sociales, ambientales y económicos que generan las diversas empresas que conforman dicho sistema y los distintos destinos donde se desarrolla el turismo; esto obliga a analizar cuáles deben ser las responsabilidades de la empresa que permitan mejorar su valor como organización.

El servicio

Existen diversas investigaciones que abordan al servicio como uno de los principales efectos que se generan en las empresas por consecuencia de la oferta de productos físicos, ya sea estos en industrias o sectores de la educa-

ción, hospitalario, educación o turístico. En estas investigaciones diversos autores lo abordan desde la temática de la calidad en el servicio siendo esta una actividad y/o beneficio que producen satisfacción a un cliente. Lambin (2003) lo define como las “actividades económicas que ofrecen de una parte a otra”; por su parte Kotler y Armstrong (2012) lo definen como “la utilidad funcional de la clase de producto, es decir, es la ventaja básica o generada aportada por cada una de las marcas que forman parte de la categoría de producto”. Finalmente Lovelock y Wirtz (2009) lo conceptualizan como las “actividades o beneficios que se ofrecen en venta, que son básicamente intangibles y que no derivan en la posesión de algo”. Es decir, la producción del servicio por parte de la empresa, según la teoría de Eiglier y Langeard (1989), es el proceso sistémico y coherente de todos los elementos humanos y físicos entre la relación cliente y empresa, la cual es necesaria para realizar una prestación de servicio donde sus características comerciales y los niveles de calidad han sido determinados (Eiglier y Langeard, 1989).

METODOLOGÍA

En este apartado se presenta la metodología empleada para este estudio en concordancia con los descriptores planteados. Ello con el objeto de identificar la relación e importancia que tiene la RSE con la gestión del servicio en el sistema turístico analizando desde los impactos económicos, sociales y medio ambientales que se generan en los distintos sectores que conforman el sistema por parte de las actividades turísticas. Para seleccionar estos contenidos se trabajó a partir de tres fases. En la primera se identificaron las diversas palabras claves, descriptores o términos que se formulan en este estudio para poder aplicarlas en buscadores electrónicos; en la segunda se revisaron los diversos aportes bibliográficos que hacen referencia al estudio con el fin evaluar la pertinencia, estruc-

turación y relación entre los distintos descriptores (temas relacionados); y en la tercera se relacionó la información encontrada con la temática a estudiar (Gómez Luna, Navas, Aponte, & Betancourt, 2014). Es decir:

Inicialmente se plantearon y utilizaron diversas palabras claves tanto en inglés como español; entre estas se encontraron: responsabilidad social empresarial; gestión del servicio; sistema turístico, corporate social responsibility; service management, tourism system, economy, social and environment. Posteriormente se revisaron en diversas bases de datos o fuentes secundarias, tales como bibliotecas privadas, públicas y virtuales, Google académico y revistas indexadas. Primero se tomaron como referencia las distintas posturas teóricas presentadas por varios autores que abordan temáticas relacionadas a la RSE. Se trabajó con ciertos autores por ser considerados referentes bibliográficos a nivel académico en materias de administración, marketing, hospitalidad y servicio dentro de las ciencias sociales y porque tiene su pertinencia al abarcar amplios temas concernientes, no solo a la RSE, sino a los diversos contextos y conocimientos que involucran aquellos impactos referentes a medio ambiente, impacto social y económico. Posteriormente se procedió a revisar las investigaciones tanto del estado del arte como investigaciones empíricas relacionadas con la RSE y la gestión de servicios. Para poder utilizar la información que podría contribuir a este estudio se analizaron diversas bases de datos que pueden ser empleadas por su disponibilidad, accesibilidad, calidad y pertinencia en la información. Según los descriptores referidos se consideraron revistas que, en su mayoría, se encuentran en una categoría muy posicionada en temas referentes a la comunicación, tales como Cuadernos de Administración, Estudios y Perspectivas en Turismo, y Estudios Gerenciales, entre otros. Finalmente se planteó la relación entre cada uno de los factores determinados, esto es medio ambiente, impacto social y económico.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

La responsabilidad social como factor de gestión

Primero, la RSE constituye un factor clave en la evolución de las actividades, acciones, actitudes y comportamientos (Peinado-Vara, 2011) los cuales son generados al momento de realizar una gestión óptima, lo que supone una ventaja competitiva en el mercado por medio de la construcción de estrategias efectivas que permitan alcanzar y cumplir las metas propuestas; las empresas que generen responsabilidad social deben tomar en consideración aspectos como el medio ambiente, derechos humanos, condiciones laborales o la explotación laboral (Peinado-Vara, 2011) y la economía (Red Iberoamericana de universidades por la RSE (Cap. 1), 2010); sobre todo para aquellas que manejan múltiples actores, grupos de interés o stakeholders complejos.

Existen diversos estudios y documentos que abordan la RSE y que buscan entender el comportamiento y la aplicación de la misma por parte de las empresas (Boullón, 2003; VINCULAR, 2006; Kliksberg, 2006; Vinsennau y Simonetta, s.f.; Gaete, 2008; Rodríguez y Brown, 2012; Peña y Cantallops, 2012). María E. Correa (2004), citado por Gaete (2008), describe a la responsabilidad social como "el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida", las cuales pueden ser evaluadas por cinco grandes áreas de la gestión: 1) ética, valores y principios; 2) derechos humanos, trabajo y empleo; 3) gobernabilidad corporativa o empresarial; 4) impactos sobre el medio ambiente; y 5) relaciones con los proveedores. Es decir, para que una empresa desarrolle una gestión con responsabilidad social deberá autoevaluarse a partir de estos atributos en cada uno de los aspectos que se desarrollan como

empresa ya sean estos ambientales, económicos o laborales y establecer si sus actividades, acciones, actitudes y comportamientos cumplen los principios que se pretende alcanzar como una empresa con responsabilidad social.

Segundo, la gestión empresarial lleva a cabo tareas que hacen posible el cumplimiento de una operación comercial, a diferencia del simple hecho de solo administrar; este concepto de gestión se identifica más con los resultados alcanzados durante la administración que solo con el proceso de dirección y organización (Red Iberoamericana de universidades por la RSE (Cap. 12), 2010). Es importante subrayar que existen varios tipos de gestión los cuales reconocen actividades que se encuentran sujetas a nivel estratégico (Valenzuela & Torres, 2008), cultural y estructural en la empresa; algunos tipos de gestión pueden ser la gestión social (Cohen, 2005) (Thomas, 2011), de proyectos (Baroso y Delgado, 2007; Shek, 2013), del conocimiento (Pérez y Coutin, 2005; Rodríguez, 2007), y ambiental (Alfie, 2007), entre otros. Otro tipo de gestión que se debe sumar a la lista y que se debe tener en consideración es la gestión de la calidad, la cual está estrechamente relacionada con el servicio y se encuentra integrada en todos y cada uno de los procesos que forman la cadena de suministro y de valor como principio de la gestión del servicio la cual es el punto de unión entre las ventas y el cliente (Kotler et al., 2004; Porter y Kramer, 2006; Lambin et al., 2009).

Finalmente, la RSE como factor de gestión constituye una ventaja competitiva (Valenzuela & Torres, 2008; Duque, Cardona, & Rendón, 2013); las empresas que consideren que la RSE debe ser mirada como parte de sus actividades podrán posicionarse y lograr el éxito en una sociedad que cada día demanda mejores y mayores resultados sobre sus productos y servicios, por lo tanto no deberá ser visto como una simple moda (Kliksberg, 2006). "La responsabilidad social en el análisis final implica una postura pública

hacia los recursos económicos y humanos de la sociedad y una buena voluntad de considerar que esos recursos están utilizados para fines sociales y no simplemente para los intereses de personas privadas y de empresas” (Frederick, 1960, p. 60 citado por Duque et al., 2013).

La gestión del servicio en el sistema turístico

Lambin et al. (2009) manifiestan que la calidad de un servicio es más difícil de evaluar para un cliente que la calidad de un producto de consumo; por lo tanto se basa en la percepción del consumidor sobre las expectativas y los procesos antes y después del servicio. Así la calidad que exige “la demanda de servicios tienen implicaciones directas sobre la gestión de servicios” (Lambin, Gallucci, & Sicurello, 2009, pág. 194). Por esta razón la gestión del servicio es fundamental en todas aquellas empresas que ofrecen servicios y por consiguiente en el sistema turístico. Para Peña y Cantalops (2012) el turismo es considerado como un marcapaso de la globalización, es decir, por un lado es un elemento que mejora la situación laboral pero por el otro, es el causante de muchos problemas culturales, ecológicos y sociales, los cuales se dan por el fuerte cumplimiento de las actividades laborales, el alto volumen de visitantes al sector y la protección social; estos hechos producen un impacto en materia económica, cultural, medio ambiental y social. En síntesis, este sistema turístico nace de la relación integral que se desarrolla alrededor del turismo con la finalidad de aprovechar espacios y momentos que se generan a lo largo de esas actividades formando modelos como oferta-demanda o modelos de carácter antropológico-social. Según Boullón (2003) el primer modelo se origina entre el encuentro de la oferta y la demanda a través de un proceso de venta llamado producto turístico, el cual junto a la infraestructura (bienes y servicios con que cuenta un país y que sostienen las estructuras sociales y productivas) forman la llamada estructura de producción del sector, las cuales son controladas o reguladas por una superestructu-

ra (Ministerios, Direcciones o Municipios) quienes velan por la eficiencia del sistema.

Esta superestructura turística comprende organismos tanto públicos como privados que armonizan la producción y venta de los múltiples servicios que componen el producto turístico. Dentro de este sistema se involucran varios sectores con equipamiento turístico como es el alojamiento, las áreas de recreación o de alimentación los cuales se encuentran cerca de la playa, la montaña o la selva, facilitando la práctica de actividades netamente turísticas. En los destinos turísticos el servicio de forma intangible juega un rol importante pues trata de atender y satisfacer al cliente por medio de la cultura, el cual empieza por la alta dirección y continúa hasta el resto de empleados (Kotler et al., 2004); esto es un factor diferenciador para la gestión de la calidad en los servicios (Casanejo & Nathalia de Simoni, 2010). Rodríguez y Brown (2012) señalan que para que exista calidad es necesario que los distintos sectores y los grupos de interés o stakeholders logren una innovación continua en sus servicios. Del mismo modo es necesario que exista una preocupación por los escenarios ambientales, económicos y sociales que se efectúan en este sistema.

El medio ambiente

Uno de los impactos que se debe tomar en consideración y que forma la base para la economía y el bienestar social son los escenarios ambientales donde se desarrollan las actividades turísticas. En dichos escenarios, y dependiendo del tipo de recurso ya sea natural o no (bosques, playas, ruinas arqueológicas o sitios históricos), pueden ser afectados en algún porcentaje por el flujo de turistas que concurren constantemente a un determinado lugar, quienes como agentes externos, son responsables por el uso o desgaste que se da. Por lo tanto, la gestión del servicio como parte de la gestión ambiental deberá encontrar el equilibrio en-

tre la demanda que existe por los recursos y la capacidad que tiene el medio ambiente para regenerarse bajo la perspectiva de sustentabilidad (Vargas, Zizumbo, Viesca, & Serrano, 2011) siendo este un proceso de gestión en el servicio por parte de la superestructura (Boullón, 2003; Red Iberoamericana de Universidades por la RSE, 2010 – Cap. 12) con una alta responsabilidad social y medioambiental sobre todas y cada una de las empresas que conforman el sistema turístico y que poseen a su alcance y disposición algún recurso (Principio 2 de la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de 1992).

De acuerdo a Brenda Cervantes y Castañón (2012), las diversas entidades que regulan y normalizan el equilibrio ecológico y la protección al ambiente deben desarrollar políticas ambientales de carácter preventivo que evalúe las repercusiones que se llevan a cabo en el medio ambiente por parte de los diversos grupos sociales (IRAM, 2006; Principio 17 de la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de 1992). Entre los principios que se enmarcan en la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, la sociedad debe tener en consideración la responsabilidad a nivel social, la prevención, la protección, la evaluación del impacto ambiental entre otros (Naciones Unidas, 1992).

La economía

El turismo en la actualidad es una de las actividades económicas con mayor importancia que generan ingresos a nivel mundial (López, 2013); según la Organización Mundial del Turismo (OMT) en los primeros cuatro meses de 2015 más de 332 millones de turistas viajaron al extranjero, cifra que representa un aumento de 4,3% con relación al año anterior; este hecho sirve como recordatorio de que el sistema turístico fomenta al desarrollo socioeconómico y la creación de empleo (OMT, 2015). Según la información anual que presenta la OMT en el 2014, esta contribución que

aporta al gobierno por medio del turismo a efecto del comercio, posee un crecimiento progresivo que sobrepasan las expectativas de los empresarios y del mercado; es decir que en el año 2013 los ingresos totales generados por el turismo a nivel internacional dieron una cifra de 1.409 billones de dólares y para el 2014 existió un crecimiento del 3,7% (OMT, 2015). Estos resultados generan una economía sólida para quienes ofrecen productos y servicios dentro del sistema turístico (Méndez Picazo, 2005). Vargas et al. (2011) reconocen que la falta de responsabilidad social y una inadecuada gestión del servicio pueden reflejarse en los distintos destinos turísticos de una forma negativa lo que afecta a la actividad económica del sector y al sistema. En este sentido, el World Committee on Tourism Ethics (WCTE) bajo la OMT como un órgano independiente, promueve y supervisa la aplicación de un Código Ético Mundial para el Turismo con la finalidad de que las superestructuras por medio de instrumentos reguladores (Boullón, 2003; Vargas et al., 2011) y las empresas que manejan ofertas de turismo por medio de sus actividades, respeten, promuevan y pongan en práctica los valores de responsabilidad social para el desarrollo del turismo por medio de la gestión del servicio de forma responsable (OMT, 2015), moral y ética (Méndez Picazo, 2005). Por tal motivo, las empresas involucradas dentro del sistema turístico deben dar prioridad a todos los esquemas que tengan relación con la responsabilidad social, pues se genera una “economía compartida” las cuales pueden favorecer o perjudicar al sistema; en este sentido se puede decir que los aspectos éticos y morales que se manejen, están relacionados con la economía, tanto en sus orígenes como en su desarrollo (Méndez Picazo, 2005). En este sentido el control preventivo y correctivo por parte de las superestructuras juegan un papel muy importante sobre el trato que se da al ambiente por parte del ser humano, esto disminuiría los impactos negativos por las diversas actividades económicas (Méndez Picazo, 2005).

Impacto social

Otra de las dimensiones que se deben tomar en consideración en la gestión del servicio como parte del sistema turístico son los impactos que se desarrollan a nivel social. Estos impactos sociales a causa del turismo han marcado la calidad de vida de los residentes que forman parte del destino turístico donde se efectúa el sistema; más aún representa la transformación que se ha generado en la comunidad en torno a su comportamiento, forma de vida, su estructura social, el estilo y calidad de vida, los valores sociales y colectivos, calidad de vida laboral entre otros (Méndez Picazo, 2005; Hall y Lew, 2009, citado por Mendoza et al., 2011). Varios estudios realizados sobre el impacto social que se genera por efecto del turismo han encontrado que se desarrollan resultados positivos o negativos que benefician o perjudican a la comunidad (ver por ejemplo Notaro y Bittencourt, 2000; Ávila, 2002; González y Iglesias, 2009; Cordero et al., 2010; Mendoza et al., 2011; Portal et al., 2014) y los diversos conflictos o acuerdos que se puedan desarrollar con el turista. La tarea de la gestión en el servicio dentro de un sistema turístico es identificar que impactos sociales se producen a consecuencia del turismo que permitan desarrollar programas que minimicen el conflicto entre los turistas y los residentes y que fortalezca una relación armónica entre los involucrados.

Oportunidad y calidad de vida laboral

Otros dos enfoques que se puede presentar de forma positiva por efecto del turismo para la comunidad o todos los agentes conocidos como grupos de interés stakeholders ya sea de forma directa o indirecta en el sistema turístico son la oportunidad laboral y la calidad de vida laboral. A nivel de cada sector como parte del sistema turístico la evolución del turismo ha generado a lo largo del tiempo un crecimiento favorable para los distintos destinos turísticos, lo que ha permitido el desarrollo de empresas dedicadas al servicio de forma perdurable. Por un lado la

oportunidad laboral nace por la necesidad de brindar un mejor servicio en el destino turístico ya sea por parte de la gente del mismo lugar o por profesionales que se han formado en las distintas áreas que tienen relación con el turismo (OMT, s.f.). Aun así, estudios realizados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la OMT revelan que algunos sectores que conforman el sistema turístico sufren de escasez de trabajadores con las cualificaciones o destrezas mínimas necesarias para brindar un servicio de calidad; posiblemente este efecto se debe porque no cumplen las expectativas de las personas que trabajan en los sectores como oportunidad de crecimiento laboral y profesional. Por otro lado se encuentra la calidad de vida del trabajador, una visión de la situación del trabajador dentro de la empresa ya sea este con una adecuada remuneración, equipamiento necesario para el desarrollo de tareas, beneficios de seguridad, horas de trabajo apropiadas, reconocimiento de labores, respeto entre otros (Baltera & Díaz, 2005). Por tal motivo el individuo dependiendo de la visión que posea sobre su camino de vida, su evolución como persona y si existe la oportunidad laboral (Méndez Picazo, 2005), puede desarrollar nuevos valores, conocimientos, destrezas y actitudes, las cuales de forma involuntaria favorecen y fortalecen al éxito económico de la empresa (Baltera & Díaz, 2005) y del sector al cual aportan.

Hay que considerar que mientras la calidad de vida laboral se encuentra estrechamente relacionada con el ambiente laboral, la gestión por parte de los distintos propietarios o encargados de cada una de las empresas reflejará la calidad del servicio en el sistema. En efecto, el impacto económico generado por el turismo dinamiza la economía en general y un crecimiento en el empleo. Estudios realizados por Baltera y Díaz (2005) en varias empresas muestran resultados que manifiestan como requisito importante para la gestión una adecuada RSE por parte de quienes se encuentran al frente de la empresa; por lo tanto se asume

que “el éxito o el fracaso de la empresa y su permanencia en los mercados, dependerá de la adopción y práctica efectiva de los principios de la RSE” (Baltera y Díaz, 2005).

Aplicación de la responsabilidad social en la gestión del servicio en el sistema turístico

Según Martínez, (2012) y García (2004) el escenario donde se desenvuelven algunas empresas turísticas han evolucionado y madurado en los últimos años donde el proceso de globalización transforman su rol en la comunidad, de simples generadores de ingresos económicos que ofertan un producto o un servicio (Gaete, 2008), a empresas que respetan y conservan el patrimonio cultural, natural, social, histórico y arquitectónico con responsabilidad. La RSE deberá ser eje diferenciador en la gestión del servicio en el sistema turístico que, de forma legal y ética (Red Iberoamericana de universidades por la RSE (Cap. 1), 2010) con obligaciones y compromisos, irá más allá del cumplimiento de las leyes, los cuales derivan de los impactos que genera la actividad turística y el dinamismo entre la economía, la cultural, el medio ambiente y la sociedad.

Con base a lo anterior, para que exista una adecuada gestión en el servicio con RSE los involucrados en el sistema turístico como empresas y grupo de interés deberán desarrollar mecanismos, estándares, normas técnicas, certificaciones, informes y memorias que sirvan como medio para la implementación de programas de RSE (IRAM, 2006; VINCULAR, 2006; Duque e tal., 2013), las cuales deben estar reguladas y controladas por las entidades que conforman las superestructuras, la cuales deberán vigilar el cumplimiento continuo de sus actividades, acciones, actitudes y comportamientos con la finalidad de brindar un servicio de calidad.

El compromiso que debe asumir cada empresa e individuo contribuirá al éxito en el desarrollo económico de la em-

presa y del sector (sistema turístico) a lo largo del tiempo, a la calidad de vida para el empleado que forma parte en el sistema, al desarrollo de un ambiente laboral apropiado y al respeto por los destinos históricos, arquitectónicos y los recursos naturales; esto disminuirá los impactos negativos que se generen.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La RSE está creciendo paulatinamente con un fuerte reconocimiento a nivel mundial; este concepto debe ser aplicado por quienes dirigen una empresa de servicios turísticos, tomando en cuenta tres dimensiones muy importantes: la comunidad o sociedad como agentes favorecedores del producto y del servicio, el medio ambiente como espacio donde se desarrolla la actividad y la empresa como motor de bienestar y sustento económico para el sector geográfico. Por tal motivo las empresas que ofertan sus productos y servicios dentro del sistema turístico deben tomar en consideración que sus actividades, acciones, actitudes y comportamientos, tienen relación con el impacto social, económico y medio ambiental que se genere. Como primera instancia, el sistema turístico está comprendido por varios sectores y empresas que se benefician entre sí; lamentablemente no es fácil identificar, de todas las empresas que lo conforman, cuántas realizan sus actividades y ofrecen un servicio con un alto nivel de RSE, o si poseen mecanismos estandarizados o normas técnicas que sirvan como medio para la implementación de programas y resultados de RSE con rigurosidad. Por otro lado, tomando en consideración los ejemplos de investigaciones realizados por Notaro y Bittencourt (2000), González e Iglesias (2009), Cordero et al. (2010), Mendoza et al. (2011); Portal et al. (2014), quienes impulsan la regulación y el incentivo por la dedicación constante sobre la RSE, servirán como pautas para que las superestructuras que se encargan de controlar y regular el turismo, al

momento de generar cambios, regulaciones, normativas o leyes, no dejen de lado temas y procedimientos que tengan relación con la RSE; más aún en aquellos países donde el turismo posee fuertes ingresos económicos y donde existe gran actividad turística que puede afectar de forma positiva o negativa el entorno.

Todas las empresas que conforman un sistema turístico deben tener presente que la RSE afecta a todo el sistema más no solo a su empresa. Por tal motivo se deben generar mecanismos estandarizados o normas técnicas que sirvan como medio para la implementación de programas y resultados de RSE con rigurosidad por parte de cada empresa donde la gestión del servicio, sea un pilar muy importante en su contenido. Aquellas entidades que conforman la superestructura turística de cada sector o país deben controlar y generar regulaciones, normativas o leyes que involucren a la RSE como un factor de exigencia o compromiso a ejecutar y gestionar con calidad.

Toda actividad turística sin importar el lugar donde se desarrolle debe permitir la participación activa de sus trabajadores y de la comunidad donde se genera sus actividades, estas deberán basarse en un principio de equidad que contribuya a generar una mejor calidad de vida. Las actividades turísticas que se desarrollen en un ambiente natural, arqueológico o histórico, no necesariamente tienen el poder de sostenerse y mantenerse por toda la vida. Por lo tanto, hay que tomar medidas correctivas o preventivas para que las actividades que se efectúan en estos espacios no alteren el equilibrio del entorno y no afecte al sistema.

De igual forma, la RSE, en el sistema turístico, es un compromiso de todos los actores y grupos de interés que se involucran en el sistema ya sea de forma directa o indirecta. Las empresas que se encuentran en este sistema están conectadas entre sí a pesar de no tener una relación legal

o de dependencia; es decir, un turista que se beneficia de los servicios en un hotel en un determinado lugar y consume un alimento en un restaurante que se encuentra a dos cuadras de donde se hospeda, tiene una percepción del entorno sobre la RSE en forma integral y puede evaluar a todo el sistema por igual. Por tales motivos se abren nuevos temas de investigación sobre esta temática, los cuales invitan a analizar, evaluar y medir el impacto generado y que se generará a nivel social, ambiental y económico en cada entidad o grupo social que conforman el sistema sobre la RSE.

Finalmente hay que tener en cuenta que el medio ambiente empleado para recreación del turista puede verse afectado a lo largo del tiempo. Es claro que los espacios turísticos y los recursos naturales son finitos, por lo tanto, las actividades económicas que se generen en ellas dependerán de la gestión y el nivel de RSE.

REFERENCIAS

- Alfie, M. (2007).** Una nueva gestión ambiental: El riesgo y el principio precautorio. *Espacio Abierto*, 16(2), 209-222.
- Ávila, R. (2002).** Turismo Sostenible. Madrid: IEPALA.
- Baltera, P. & Díaz, E. (2005).** Responsabilidad social empresarial; alcances y potencialidades en materia laboral. Santiago: Gobierno de Chile, Dirección del Trabajo- Departamento de Estudios.
- Baroso, G. & Delgado, M. (2007).** La gestión por proyectos y cambio organizacional. *Revista Tecnociencia Universitaria Bolivia*, 5(5), 8-13.
- Boullón, R. (2003).** Planificación del espacio turístico (3ra. ed.). México: Editorial Trillas.

Brenda Cervantes, M. P. & Castañón, A. (2012). Sostenibilidad ambiental, del concepto a la práctica: Una oportunidad para la implementación de la evaluación ambiental estratégica en México. *Gestión y política pública*, 21(2), 291-332.

Cajiga, J. (2011). El concepto de la Responsabilidad Social Empresarial. *CEMEFI*, 1 - 35.

Cassanego, P. & Nathalia de Simoni, R. (2010). Comportamiento estratégico del sector de servicios de alojamiento en la Industria del turismo: Análisis de la conurbación Fronteira da Paz. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19, 1011- 1036.

Cohen, E. (2005). Gestión social: cómo lograr eficiencia e impacto en las políticas sociales. México: CEPAL.

Cordero, J. C., Mendoza, M. & Guerrero, A. L. (2010). Impactos sociales de la feria internacional del caballo en México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19, 1090 – 1104.

Duque, Y., Cardona, M. & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*, 29(50), 196 - 206.

Gaete, R. (2008). Aplicaciones de la responsabilidad social a la nueva gestión pública. *Administración Pública de la Gestión Estatal*, (11), 35-61.

García, V. (2004). La responsabilidad social de la empresa: una definición desde la ética empresarial. *Revista valenciana de economía y hacienda*, (12), 77 -98.

Gómez Luna, E., Navas, D., Aponte, G. A. & Betancourt,

L. (2014). Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización. *DYNA*, 81(184), 158 - 163.

González, M. & Iglesias, G. (2009). Impactos del turismo sobre los procesos de cohesión social: Caibarién, Cuba. *Estudios y perspectivas del turismo*, 18(1), 53-68.

IRAM . (2006). **BOLETÍN IRAM (Junio de 2006):** Norma ISO 26000. Guía sobre Responsabilidad Social. IRAM.

Kliksberg, B. (2006). Ética empresarial: ¿moda o demanda imparable? *Fundación Carolina*, 1 - 5.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2004). *Marketing para Turismo*. Madrid: Pearson Educacion.

Lambin, J. J. (2003). *Marketing Estratégico*. Madrid (España): ESIC Editorial.

Lambin, J., Gallucci, C. & Sicurello, C. (2009). *Dirección de marketing; Gestión estratégica y operativa el mercado*. México: McGraw-Hill.

López, L. (2013). Investigación turística: Hallazgos y aportaciones. *Investigaciones Geográficas*, 80, 142 - 144.

Lovelock, C. & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios: personal, tecnología y estrategia (6 ed. ed.)*. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación.

- Martínez, J. (2012).** La responsabilidad social de las empresas turísticas: percepciones de los estudiantes. *Turismo y Desarrollo Local*, 5(12).
- Méndez Picazo, M. T. (2005).** Ética y Responsabilidad Social Corporativa. Ética y Economía. Universidad Complutense de Madrid., 141 - 150.
- Mendoza, M., Monterrubio, J. & Fernández, M. J. (2011).** Impactos sociales del turismo en el Centro Integralmente Planeado (Cip) Bahías de Huatulco, México. *Gestión Turística*, 15, 47-73.
- Moreno, J. (2006).** Responsabilidad social corporativa y competitividad: Una visión desde la empresa. *Mitos y realidades de la responsabilidad social*, 187-223.
- Naciones Unidas. (1992).** Declaración de Río sobre el medio ambiente y el desarrollo. Río de Janeiro: Departamento de Coordinación.
- Notaro, J. & Bittencourt, G. (2000).** Impacto social y laboral de las empresas multinacionales y de las inversiones extranjeras directas: el caso de Uruguay. Ginebra: International Labour Organization.
- Peinado-Vara, E. (2011).** RSE en América Latina. En F. M. Inversiones, La responsabilidad social de la empresa en América Latina (66 - 82). Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Peña, D. & Cantallops, A. (2012).** Responsabilidad social empresarial en el sector turístico; Estudio de caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta, Colombia. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(6), 1456 – 1480.
- Pérez, Y. & Coutin, A. (2005).** La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial. *ACIMED*, 13(6).
- Portal, B., Espinoza, J. C. & Carreño, M. (2014).** Impacto de la demanda de un turismo social en la sustentabilidad de la actividad en el balneario de El Quisco, Provincia de San Antonio – Chile. Instituto de Geografía, UNAM.
- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2006).** Estrategia y sociedad. *Harvard Business Review*.
- Ramos, E. & al., e. (2009).** Guía de aprendizaje sobre la implementación de responsabilidad social empresarial en pequeñas y medianas empresas. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Red Iberoamericana de universidades por la RSE (Cap. 1). (2010).** Marco conceptual de la RSE. En Material del programa de formación de formadores en RSE.
- Red Iberoamericana de universidades por la RSE (Cap. 12). (2010).** El modelo de gestión. En Material del programa de formación de formadores en RSE.
- Rodríguez, E. (2007).** Gestión del conocimiento y eficacia de las organizaciones: un estudio empírico en instituciones públicas. *INCI*, 32(12), 820-826.
- Rodríguez, F. & Brown, F. (2012).** El proceso de innovación en el sector de alojamiento turístico mexicano. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21, 372 - 387.
- Shek, I. (2013).** El enfoque de gestión de proyectos en las organizaciones dedicadas a proyectos de investigación. Caso: Grupo de Investigación GIRH. *Revista EAN*, 74, 150 - 161.

Thomas, J. (2011). Desarrollo y gestión social del riesgo: ¿una contradicción histórica? *Revista de geografía Norte Grande*, 48, 133-157.

Valenzuela, L. & Torres, E. (2008). Gestión empresarial orientada al valor del cliente como fuente de ventaja competitiva: propuesta de un modelo explicativo. *Educación Gerencial*, 24(109), 65-86.

Vargas, E., Zizumbo, L., Viesca, F. & Serrano, R. (2011). Gestión ambiental en el sector turístico mexicano. Efectos de la regulación en el desempeño hotelero. *Cuadernos de Administración*, 24(42), 183-204.

VINCULAR. (2006). Modelo de gestión de RSE. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, 1 -12.

Vinsennau, D. & Simonetta, C. (2014). Responsabilidad Social Empresaria (RSE) en debate: Investigación, docencia y prácticas en conflicto. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, 1 - 17.

World Tourism Organization (UNWTO) (1). (2015). UNWTO Annual Report 2014; Tourism's contribution to

trade. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO). Recuperado el 21 de septiembre de 2015, de: <http://www2.unwto.org/es/node/43177>

World Tourism Organization (UNWTO) (2). (2015). UNWTO Annual Report 2014; World Committee on Tourism Ethics (WCTE). Madrid: World Tourism Organization (UNWTO). Recuperado el 21 de septiembre de 2015, de: <http://www2.unwto.org/es/node/43177>

World Tourism Organization (UNWTO) (3). (s.f.). Empleo y trabajo decente en el sector turístico -proyecto conjunto OIT-OMT-. Recuperado el 21 de septiembre de 2015, de: <http://statistics.unwto.org/es/project/empleo-y-trabajo-decente-en-el-sector-turistico-proyecto-conjunto-oit-omt>

World Tourism Organization (UNWTO) (4). (09 de Julio de 2015). Las llegadas de turistas internacionales suben un 4% en los cuatro primeros meses de 2015. Recuperado el 21 de septiembre de 2015, de: <http://media.unwto.org/es/press-release/2015-07-10/las-llegadas-de-turistas-internacionales-suben-un-4-en-los-cuatro-primeros>

INSTRUCCIONES PARA AUTORES

Envíos online

¿Ya cuenta con nombre de usuario/o / contraseña para Revista Interamericana de Ambiente y Turismo - RIAT?

VAYA A IDENTIFICACIÓN

¿Necesita un nombre de usuario/a / contraseña?

VAYA A REGISTRO

Es necesario registrarse e identificarse para poder enviar artículos online y para comprobar el estado de los envíos.

Normas para autores/as

Estructura General & Estilo de Títulos y Secciones

Los manuscritos debieran tener una estructura lo más similar a: Título, Abstract, Palabras clave, Introducción, Revisión Bibliográfica (**detallada, pertinente y actualizada**), Metodología, Resultados, Discusión, Conclusiones & 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.

Subsección deben ir en **minúscula**, negrita y alineados a la izquierda.

SubSecciones: debe 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 precede 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 citas a otro trabajo no se deben incluir 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 independientes, 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 del 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 citas 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 autor
- Correo electrónico
- Dirección institucional, ciudad y país.
- Identificación proyecto si paper es producto de este
- Resumen Biográfico

Lista de comprobación de preparación de envíos

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

- 1.- El Manuscrito no ha sido previamente publicada y no está bajo revisión ni consideración en otra revista.
- 2.- El archivo del manuscrito está escrito en formato Microsoft Word o RTF.
- 3.- El texto sigue los requerimientos de estilo y bibliográficos expresados en guías para los autores (APA estilo).
- 4.- Si está enviando trabajo a una sección que usa evaluación de pares, las instrucciones de aseguramiento de la revisión ciega son seguidos.
- 5.- El artículo posee todas las secciones solicitadas e incluye un análisis bibliográfico detallado, pertinente, y actualizado.
- 6.- El resumen incluye objetivo general, metodología, principales resultados y conclusiones

Nota de copyright

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

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.

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.

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 la revista y para identificar a los autores de las publicaciones.

INSTRUCTIONS FOR AUTHORS

Online Submissions

Already have a Username/Password for Interamerican Journal of Environment and Tourism?

GO TO LOGIN

Need a Username/Password?

GO TO REGISTRATION

Registration and login are required to submit items online and to check the status of current submissions.

Author Guidelines

General Structure & Titles, Sections and Subsection Styles

The articles may have the following structure: Title, Abstract, keywords, Introduction, Literature review, Methodology, Results, Discussion, Conclusions & References. The instructions for defining titles and subtitles 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, objectives, the analytical approach (Methodology), and the major findings (Conclusions). 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.

- 1.- 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).
- 2.- The submission file is in Microsoft Word or RTF file format.
- 3.- 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.
- 4.- The text adheres to the stylistic and bibliographic requirements outlined in the Author Guidelines, (APA STYLE) which is found in About the Journal.
- 5.- 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.

Vol. 12, N°1, Enero - Junio 2016

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
riat@otalca.cl
2 Norte 685, Talca, Chile.