

# RIAT

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

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



## EDITORIAL

Avances de la RIAT

### INVESTIGACIÓN

Análisis de la oferta gastronómica, una perspectiva comercial a través del marketing de servicios: Caso sector La Rumipamba, Pichincha, Ecuador

Perception of local communities on the sociocultural impacts of rural tourism. Case of Bellavista, El Oro, Ecuador

Diagnóstico del potencial turístico para el diseño de senderos ecoturísticos. Caso Bosque Protector Cerro Blanco, Guayas, Ecuador

Impacto económico generado en los emprendedores de servicios de la ruta turística "Tren del Hielo 2", Ecuador

La gestión ambiental en una entidad hotelera de turismo de naturaleza. Caso Villa Mirador de Mayabe de Holgín, Cuba

Manejo de visitantes y atención del turista en áreas protegidas costeras. Estudio de la capacidad de carga en el Parque Nacional Marino Ballena, Costa Rica

Situación del oleoturismo y lineamientos para su desarrollo en la región del sudoeste bonaerense, Argentina

El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador

Responsabilidad social empresarial turística en la micro, pequeña y mediana empresa de Colombia. El caso del Hotel La Mansión

# 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**

Dr. 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 Oyarzun, Universidad de Alcalá de Henares, 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 Weaver, Niagara College, Canadá

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

01

**Avances de la RIAT**

*RIAT Progress*

Leidy Y. García Pérez

02-14

**Análisis de la oferta gastronómica, una perspectiva comercial a través del marketing de servicios: Caso sector La Rumipamba, Pichincha, Ecuador**

*Analysis of the gastronomic offer, a commercial perspective through service marketing: The case of La Rumipamba, Pichincha, Ecuador*

Diego Salazar Duque, Camila Burbano Argoti.

15-27

**Perception of local communities on the sociocultural impacts of rural tourism. Case of Bellavista, El Oro, Ecuador**

*Percepción de las comunidades locales sobre los impactos socioculturales derivados del turismo rural. Caso Bellavista, El Oro, Ecuador*

Lilia Ortíz B., Mauricio Noblecilla G., Jonathan Ruiz C., Oscar Ordoñez C., Marjorie Crespo G.

28-43

**Diagnóstico del potencial turístico para el diseño de senderos ecoturísticos. Caso Bosque Protector Cerro Blanco, Guayas, Ecuador**

*Diagnosis of the tourist potential for the design of ecotourism trails. The Case of the Cerro Blanco Protected Forest, Guayas, Ecuador*

Diana Delgado C., Roberto Herrera A., Amada Zambrano R., Gabriela Torres J., Jazmin Peñafiel L., María Jose Ortíz

44-51

**Impacto económico generado en los emprendedores de servicios de la ruta turística "Tren del Hielo 2", Ecuador**

*Economic impact on service companies of the "Tren del Hielo 2" tourist route, Ecuador*

Jenny Alexandra Sandoval Duque

52-67

**La gestión ambiental en una entidad hotelera de turismo de naturaleza. Caso Villa Mirador de Mayabe de Holguín, Cuba**

*Environmental management in a nature tourism hotel. The case of Villa Mirador de Mayabe de Holguín, Cuba*

Ana María Azze Alonso, Migdely Barbarita Ochoa Ávila

68-90

**Manejo de visitantes y atención del turista en áreas protegidas costeras. Estudio de la capacidad de carga en el Parque Nacional Marino Ballena, Costa Rica**

*Managing visitors and the tourists' attention in protected coastal areas. Load capacity study in Marino Ballena National Park, Costa Rica*

Félix Zumbardo Morales

91-104

**Situación del oleoturismo y lineamientos para su desarrollo en la región del sudoeste bonaerense, Argentina**

*Situation of olive oil tourism and guidelines for its development in the region of southwest Buenos Aires, Argentina*

Silvina Renee Elias<sup>1</sup>, Andrea Cecilia Barbero<sup>1</sup>

105-116

**El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador**

*The community tourism product as a strategy to diversify the local economies of Bolívar Canton, Manabí Province, Ecuador*

Nelson García Reinoso, Neme Yamil Doumet Chilan

117-128

**Responsabilidad social empresarial turística en la micro, pequeña y mediana empresa de Colombia. El caso del Hotel La Mansión**

*Corporate Social Responsibility in Tourism in Micro, Small and Medium-sized Companies in Colombia. The case of the Hotel La Mansión*

Carlos Arturo Tellez Bedoya<sup>1</sup>

# Avances de la RIAT

## RIAT Progress

---

Leidy Y. García Pérez <sup>1</sup>

---

Las políticas de mejoramiento implementadas por la revista a sugerencias de los pares evaluadores de la indexación Scielo, ha llevado a mejorar el proceso de publicación de RIAT. Los principales cambios incluyen: a) Se amplió el comité editorial y científico incorporando más científicos en el área del turismo y medio ambiente, b) se aumentó el rigor en el proceso de revisión de los artículos en términos de aportes al desarrollo científico, c) se fijaron tiempos máximo de revisión de los artículos, d) se enfatizó en que los artículos tuvieran una estructura clara y definida tanto en los resúmenes como en el texto, e) se incluyó la obligatoriedad de tener una revisión bibliográfica adecuada.

Sin lugar a duda, lo anterior ha llevado a un mejoramiento en la calidad de los artículos publicados generando una mayor atraktividad por RIAT. Por ejemplo, el primer semestre de 2017 se han presentados más de treinta artículos a revisión provenientes de distintos países, ello sin considerar los artículos presentados el 2016 y que no fueron publicado dicho año. Esto ha permitido poder seguir publicando la revista a tiempo e incluso, a la fecha de la publicación del presente número correspondiente a junio de 2017 (Vol. 13, N°1), ya se tiene listo para edición el número de diciembre de 2017 (Vol. 13, N°2), ambos números con 9 artículos cada uno en temas de la gestión ambiental y del turismo.

*The improvement policies implemented by the journal to the suggestions of the evaluation peers of the indexation to Scielo, has led to improve the publication process of RIAT. The main changes include: a) The editorial and scientific committee was expanded to include more scientists in the area of tourism and the environment; b) it was increased the rigor in the review process in terms of scientific development; c) it was defined a maximum review period for articles, d) it was emphasized that the articles had a clear and defined structure both in the abstracts and in the text, e) the obligation to have an adequate bibliographic review was included.*

*Undoubtedly, this has led to an improvement in the quality of articles published generating a greater attractiveness for RIAT. For example, in the first half of 2017 more than thirty articles have been submitted for review from different countries, without considering the articles submitted in 2016 and that were not published that year. This has made it possible to continue publishing the journal on time and even, as of the publication of this issue corresponding to June 2017 (Vol. 13, N° 1), the December 2017 issue is already in edition for publication (Vol. 13, N° 2), both numbers has 9 articles each on issues of environmental management and tourism.*

---

<sup>1</sup> Doctor en Economía, Facultad de Ciencias Sociales y Economía, Universidad Católica del Maule, Chile

# Análisis de la oferta gastronómica, una perspectiva comercial a través del marketing de servicios: Caso sector La Rumipamba, Pichincha, Ecuador

## Analysis of the gastronomic offer, a commercial perspective through service marketing: The case of La Rumipamba, Pichincha, Ecuador

Diego Salazar Duque<sup>1</sup>, Camila Burbano Argoti<sup>2</sup>.

**Resumen:** El sector de alimentos y bebidas es considerado como uno de las principales actividades de servicio que favorece de forma positiva a la generación de turismo en un sector geográfico. Por lo tanto, las diversas estrategias comerciales que se estructuran de forma planificada, continua y sistematizada al cliente, cubre sus necesidades, deseos y expectativas culinarias las cuales contribuyen en la generación de ingresos económicos para la empresa y un posicionamiento competitivo en el mercado. El objetivo principal de esta investigación fue analizar la oferta gastronómica existente en la zona de la Rumipamba, provincia de Pichincha, Ecuador, a través de los elementos que conforman el marketing mix de servicios. Los resultados muestran que la oferta en alimentos y bebidas del sector de la Rumipamba posee características que pueden influir negativamente en la decisión del consumidor. Además, aunque existe un número considerable de empresas gastronómicas, todas son de tamaño pequeño, y que no se compara con negocios en otros puntos gastronómicos de la ciudad. Finalmente, La oferta ataca un nicho de mercado específico conformado por estudiantes de colegios y universidades, y pequeños empresarios que se encuentran ubicados en sus principales avenidas. Los administradores de restaurantes o fuentes de soda pueden identificar estrategias que permitan mejorar la calidad del producto y servicio que exige el mercado.

**Palabras clave:** Estrategias comerciales, expectativas culinarias,

oferta gastronómica, marketing mix.

**Abstract.** The food and beverage industry is considered one of the main service activities that has a positive effect on the generation of tourism in a geographic area. Therefore, the various commercial strategies that are structured toward customers in a planned, continuous and systematized way cover their needs, desires and culinary expectations, which contribute to income generation for the company and a competitive position in the market. The main goal of this investigation was to analyze the existing gastronomic offer in the area of La Rumipamba, Pichincha Province, Ecuador, through the elements that comprise the service marketing mix. The results show that the food and beverage offer in the area of La Rumipamba has characteristics that can negatively influence the consumer's decision. In addition, although there are a considerable number of gastronomy companies, all are small, and which are not comparable to businesses at other gastronomic points in the city. Finally, the offer addresses a specific market niche comprised of students from schools and universities, and small business owners located on its main avenues. Restaurant or soda fountain administrators can identify strategies that might improve the quality of the products and services that the market demands.

**Keywords:** Commercial strategies, culinary expectations, gastronomic offer, marketing mix.

(Presentado: 11 de enero de 2017. Aceptado: 7 de marzo de 2017)

<sup>1</sup> Master en Administración de Empresas y Negocios, Facultad de Hospitalidad y Servicios, Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador. E-mail: diegoa.salazar@ute.edu.ec

<sup>2</sup> Magister en Dirección de Empresas, Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador. E-mail: cburbano@ute.edu.ec

## INTRODUCCIÓN

El sector de alimentos y bebidas es considerado como uno de las principales actividades de servicio que favorece de forma positiva a la generación de turismo en un sector geográfico. Su contribución genera importantes ingresos económicos a escala local (Quito Turismo, 2014), regional o nacional. Entre los principales negocios que conforman este sector se encuentran: restaurantes, cafeterías, bares y fuentes de soda, donde los primeros tienen una fuerte participación a nivel comercial (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014). En este contexto, identificar cuál es el producto y servicio gastronómico actual que se oferta en una zona geográfica se convierte en una herramienta importante de marketing, la cual permite desarrollar estrategias comerciales a corto plazo, contribuir al turismo en el sector, mejorar la rentabilidad para la empresa y desarrollar una competitividad a través de la innovación (Corona, 2002; Moraleda, 2004; Jara, Guerrero, Jiménez, Hernández & Rubio, 2014).

El principal criterio que se tiene sobre la oferta, es la fuerte influencia que ésta genera en el comportamiento del consumidor (Moraleda, 2004) y el dinamismo gastronómico que se produce a nivel geográfico. Como consecuencia de ello, la evolución gastronómica genera importantes cambios en la cultura gastronómica del consumidor, el cual se ve afectado en el comportamiento de la demanda (Grande, 2001). Por lo tanto, es necesario considerar que una de las principales causas por la que se genera cierto tipo de oferta gastronómica, es consecuencia de las decisiones de los empresarios o responsables de los establecimientos de alimentos y bebidas sobre las supuestas estrategias comerciales más adecuadas y convenientes para satisfacer las necesidades del mercado; esto puede influir o incidir de forma directa e indirecta, positiva o negativamente en la percepción del cliente y el comportamiento de la demanda.

En este sentido, el objetivo de esta investigación es analizar la oferta gastronómica que existe en los restaurantes y fuentes de soda que se encuentran ubicados en la zona de Rumipamba, medido a través de los criterios que conforman el marketing de servicios, los cuales fueron propuestos por Booms y Bitner en 1981 (Goi, 2009) y que tienen una estrecha relación con el sector de servicios y por consiguiente pueden ser aplicados en el sector de alimentos y bebidas al formar parte de ello. El estudio considera como referente, los aportes de Booms y Bitner sobre los elementos que for-

man parte el marketing mix de servicios y la contribución de Teixeira, Azevedo & De Souza (2013), el cual verifica cómo constituye el sistema de la oferta de los restaurantes de alta gama a partir de los conceptos del marketing sensorial, pero abordados desde los conceptos del marketing de servicios.

Por otro lado, este estudio también permite explicar, por medio de ciertas hipótesis descriptivas y correlacionales, la presencia de ciertos hechos o fenómenos relevantes en la población objeto de estudio a partir de la oferta gastronómica que existe en el sector de la Rumipamba con base en los elementos que conforman el marketing mix de servicios.

Este estudio se presenta en tres secciones. La primera que aborda una revisión bibliográfica sobre la oferta, el marketing de servicios y los aspectos más relevantes de la zona comercial y gastronómica de la Rumipamba; una segunda sección donde se expone la metodología de investigación que se aplicó para este tipo de estudio y, finalmente, una última sección donde se presentan los resultados.

## MARCO CONCEPTUAL

### Concepto de oferta

En una forma muy simple, el concepto de oferta hace referencia al fenómeno correlativo a la demanda (Ávila, 2006). Desde el aspecto económico, es considerada como la cantidad de bienes que se ofrece por medio de la venta con un precio definido en un tiempo determinado; aquí se lo determina por la cantidad de fabricantes que están dispuestos a garantizar su existencia en el mercado. Según Ávila (2006), el comportamiento tipo de los productores o fabricantes se debe a la relación que existe entre el precio (P) y la cantidad ofrecida (CO); es decir, incrementar la producción en cantidades (+CO) y aumentar el precio (+P) del producto o disminuir la producción (-CO) y reducir el precio (-P). Esta Ley puede también ejercer en función de la medida en que se ofrece un producto o servicio en respuesta al cambio que se efectúe por el precio, presentando tres tipos de elasticidad: elástica, unitaria e inelástica.

Desde los conceptos comerciales, la oferta no tiene que ser concebida como una promoción o descuento por temporada; para Hoyer & Debra Macinnis (2013), este término está considerado en el tipo de producto, servicio

o experiencia que una organización ofrece a los consumidores. Estos consumidores a su vez tienen diversos comportamientos que perfilan la forma de compra ya sean al instante de adquirir, al momento de usar y posteriormente, al desechar una oferta. La primera se encuentra en relación con el tiempo y el dinero (Ávila, 2006); la segunda se establece según la utilidad y beneficio que se obtenga sobre la oferta; y la tercera cuando el consumidor tiene presente que ya es el momento de dejar de lado una oferta y que existe una oportunidad para esperar o buscar una próxima (Hoyer & Deborá Macinnis, 2013).

**La oferta en los establecimientos gastronómicos**

Inicialmente los restaurantes fueron considerados como espacios públicos donde un individuo podía conseguir un alimento con el fin de cubrir una necesidad fisiológica, siendo ésta la alimentación (Gallegos, 2002). Factores sociales, económicos, culturales y tecnológicos influyeron en la gastronomía a través de los años. Actualmente, los restaurantes y las cafeterías son considerados como espacios sociales donde frecuenta uno o más individuos en busca de un producto y/o servicio que satisfaga las necesidades y deseos, y genere una experiencia desde el punto de vista hedonista (Hansen, Jensen, & Gustafsson, 2005; Gomes, De Azevedo Barbosa, & Gomes de Souza, 2013).

Para poder entender cómo la experiencia juega un papel importante en la oferta de un restaurante o una fuente de soda, es necesario explicar que, este efecto se produce por la interacción del cliente y los trabajadores de un establecimiento que preparan y sirven los alimentos, y los responsables que gestionan las diversas actividades y toman decisiones para que se efectúe; en esta instancia existen diversos factores que pueden influir de forma positiva o negativa durante el servicio. Para identificar cuáles son estos factores, se toma como referencia a Hoyer & Deborá Macinnis (2013), quienes resaltan las aportaciones de Eric Langeard, John E. G. Bateson, Christopher H. Lovelock, and Pierre Eiglier (1981), sobre un modelo, particularmente, simple presentado hace más de treinta años, donde se presentan los distintos elementos que influyen directamente con la experiencia del servicio en los clientes, siendo éstos visibles y no visibles; a este modelo se lo conoce como servucción (López, 2003). Entre los factores que ellos establecen están el serviespacio (visible), el personal de contacto (visibles), otros clientes (visibles) y la organización y su sistema (invisible). Por otro lado, Arnoletto (2007) los considera en cuatro elementos: el cliente, soporte físico, personal de contacto y el servicio; a esto Arnoletto

(2007) también aclara que existen dos elementos más, y que también fueron propuestos por Eiglier y Langeard (1989), el sistema de organización interna y los clientes (Salazar y Osorio, 2016). Por lo tanto, estos elementos tienen relación directa con el marketing de servicios.

Según Eiglier & Langeard (1989), esta teoría se inclina con el proceso comercial que sistematiza la producción del servicio donde la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos entre la relación cliente empresa, son necesarios para “prestación de servicio cuyas características comerciales y niveles de calidad han sido determinados” (Eiglier & Langeard, 1989 citado por Ferraro, 2005:3). Kotler, Bowen, & Makens, 2004 y Lambin, Gallucci, & Sicurello (2009) coinciden con la perspectiva de Eric Langeard, John E. G. Bateson, Christopher H. Lovelock, and Pierre Eiglier (1981) y consideran que existen siempre implicaciones que se generan en la gestión del servicio por efecto del entorno. Por lo tanto, para poder analizar la oferta que presenta este tipo de empresa, la mejor opción es abordar desde el marketing de servicios, por ser estas organizaciones a las que se les atribuye la prestación de servicios.

**El marketing de servicios**

Para el presente estudio, de aquí en adelante, se le va a considerar al servicio, no sólo como las actividades o desempeños que se realizan en un negocio de forma intangible, sino, al conjunto o vínculo que se genera entre éste y el producto físico o bien tangible. Es decir, el servicio está considerado como al “conjunto de prestaciones que el cliente espera recibir, además del producto-comida” (López, 2003:144). Por lo tanto, al analizar la oferta gastronómica a partir de la producción comercial de productos y servicios lo más adecuado es abordar desde la perspectiva general del marketing de servicios. Chistopher Lovelock y Wirtz, Jochen (2009), esclarecen que existen elementos que influyen en el marketing de servicios, los cuales tienen una estrecha relación con el comportamiento del cliente en los encuentros de servicios, por lo tanto, “el corazón del marketing de servicios debe ser el consumidor” (Hoffman & Bateson, 2011:78). De acuerdo a Hoffman & Bateson (2011), para que una empresa de servicios sea considerada perfecta donde se oriente a la calidad en el servicio, la satisfacción y retención del cliente, deberá tomar en consideración las mezclas tácitas más adecuadas para que se genere un adecuado marketing de servicios, siendo esta la mezcla de marketing (marketing mix); es decir, el crecimiento de los servicios se debe al proceso de



implantación del marketing en las empresas de servicios por medio de la planificación estratégica.

### Elementos del marketing mix de servicios

Como uno de los principales fundamentos que se maneja en el marketing, se encuentran establecidos los elementos que conforman la mezcla de marketing, la cual es una de las herramientas más utilizadas para gestionar y controlar a la organización. Este principio influye en el consumidor en la selección de un servicio, y sobre qué criterios el administrador, o responsable de la empresa evaluar la satisfacción. Entre los principales elementos que se manejan en la mezcla del marketing tradicional se hallan: precio, producto plaza (distribución) y promoción (Borden, 1964; Goi, 2009). Autores como Lambin, Gallucci, & Sicurello (2009); Rivera Camino & de Garcillán (2012); Talaya Águeda & Mondéjer Juan (2013); Kotler & Armstrong (2013), abordan estos elementos como parte de la estrategia de marketing que una compañía diseña a partir del análisis, planeación, implementación y control de la organización (Kotler & Armstrong, 2013), donde se observa el comportamiento de los actores y las fuerzas externas del entorno donde se efectúa la actividad.

Por lo tanto, al considerar que existen grandes diferencias, entre las empresas que ofrecen productos suntuarios, de primera mano, conveniencia, de especialidad, u otros (Lambin, Gallucci, & Sicurello, 2009; Kotler & Armstrong, 2013), frente a aquellas (por ejemplo establecimientos de alimentos y bebidas como restaurantes o cafeterías) que se dedican a ofrecer servicios personalizados donde un producto es transformado a partir de los alimentos que puede consumir el ser humano para su alimentación, en platillos culinarios, se puede ampliar a tres elementos o variables adicionales entre estos: el proceso, el entorno físico y las personas. En conjunto, estos 7 elementos o variables, ya mencionados en 1981 por Booms y Bitner (Goi, 2009), se consideran como las herramientas ideales para el marketing de servicios.

- **Producto:** Es considerado como uno de los primeros elementos del marketing mix tradicional y de servicios. En el subsector de alimentos y bebidas no se lo toma de forma literal, ya que el producto también forma parte del servicio. Es decir, el producto físico puede llegar a ser un platillo gastronómico, mientras que un producto servicio, es todo aquello que se presenta ante el consumidor y que puede ser tangible e intangible. En el sector de alimentos y bebidas, el cliente percibe este produc-

to global por la combinación entre, la comida y bebida, la marca, la localización, la accesibilidad, el ambiente y la interacción que se ejerce con otros clientes (López, 2003). Para este estudio se considera: los principales productos que se ofertan en el establecimiento (comida y bebida) y los servicios adicionales (ambiente).

- **Precio:** Considerado como uno de los principales elementos a nivel administrativo y contable, también forma parte de una de las variables que forman la mezcla de marketing, donde se basa en las percepciones de los compradores del valor por el intercambio entre los beneficios percibidos durante el servicio que se va a comprar y los costos totales que se pagarán (Hoffman & Bateson, 2011). Por lo tanto en los establecimientos de alimentos y bebidas, es necesario que, durante la fijación de precios, se tomen en consideración: la demanda, los costos (receta estándar) y los precios de la competencia (López, 2003; Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, 2013; Hoffman & Bateson, 2011). Por lo tanto para poder analizar la oferta se deberá tomar en consideración el consumo promedio (precios a nivel competitivo). Para ello se ha planteado las siguientes hipótesis:

- o **H1:** El consumo promedio por cliente en los establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en el sector de la Rumipamba es entre 6 y 10 dólares.
- o **H2:** El consumo promedio por cliente en los establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en el sector de la Rumipamba está relacionado con el tipo de establecimiento.

- **Plaza:** Para el sector de servicios, el elemento plaza o canal de distribución (Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, 2013) no es muy frecuente de ser nombrado, ya que un restaurante, por ejemplo, no se inclina a tener niveles o canales de distribución de su producto; es decir, no hay intermediarios ni mayoristas que le den vendiendo su platillo culinario. Por lo tanto, se lo aborda desde su concepción como: un establecimiento único, una sucursal, o una franquicia. De acuerdo a López (2003), este elemento se lo maneja desde: la localización geográfica, la ubicación del negocio y la zona de influencia que existe a sus alrededores. Para analizar la oferta que existe, se abordará a partir de: la zona donde se encuentra ubicado (localización), el tipo de competencia que existe en el sector y la diversidad de establecimientos que existen en la zona (Porter, 1986).

- **Promoción:** A diferencia de los canales de distribución por los cuales un producto llega al consumidor, aquí se considera a los canales de comunicación por los cuales un mensaje llega al mercado que se inclina por consumir un producto global. Este proceso comercial influye en la decisión de compra del consumidor, y tiene una estrecha relación con las promociones, relaciones de ventas y las herramientas publicitarias. Dentro de este estudio se considera analizar criterios como: medios de comunicación que generan publicidad y las promociones gastronómicas. Para poder analizar la descripción de esta variable se ha planteado las siguientes hipótesis:

o **H3:** Menos del 50% de los establecimientos, que se ubican en el sector de la Rumipamba, no utilizan herramientas publicitarias que permitan propagar su oferta.

o **H4:** Existe una relación de significancia entre los tipos de establecimientos que ofertan alimentos y bebidas y las promociones.

- **Proceso:** Elemento clave para las empresas, identifica las diversas actividades que tienen relación con el servicio al momento de la atención con el cliente (López, 2003). De acuerdo a Noelia López (2003), existen tres estrategias de servicios: aquella opción que se dedica a la "alta gastronomía" y que se caracteriza por sus precios elevados; aquella que se inclina por la "comida rápida", la cual está destinada a un segmento de mercado muy amplio con precios bajos; y aquella opción especializada en la "receta", la cual se encuentra considerada por un proceso personalizado entre el servicio y el contacto con el cliente. Por lo tanto, para el análisis de la oferta, se contempla evaluar al "proceso" por medio de los siguientes criterios: tipo de servicio que ofrece (tendencia gastronómica y receta - nacional o internacional), la especialidad gastronómica (comida rápida, desayunos, almuerzo, cenas, delivery), y el empleo de la carta (alta gastronomía).

- **Personas:** Son todos aquellos protagonistas que tienen contacto con el cliente. se los considera como una pieza importante para el éxito de los restaurantes (López, 2003); tienen una estrecha relación con los procesos comerciales que se desarrollan a nivel de empresa y que pueden ser influidos de forma positiva o negativa en la decisión del consumidor, por lo tanto son los responsables de crear el proceso de

servucción. Estos deberán ser formados por efecto del marketing interno que se lleve en la empresa (Kotler & Armstrong, 2012). Se tomará como base de estudio al personal de servicio que posee el establecimiento según su puesto de trabajo.

- **Ambiente físico:** Otro de los elementos claves que un administrador que gestiona un establecimiento de alimentos y bebidas, es la evidencia física, aquí se consideran, a todos aquellos detalles que pueden ser perceptibles al ojo humano (la decoración). Este criterio afecta considerablemente el comportamiento de compra. Según López (2003), este comportamiento puede influenciar para: llamar la atención, para transmitir un mensaje, estimular la compra de un producto por medio de reacciones de estímulo (Gomes, De Azevedo Barbosa, & Gomes de Souza, 2013) y/o generar un estado de ánimo. Para identificar cómo es la evidencia física que se oferta en una zona geográfica, se toma como referencia la el aforo interno de los establecimientos que se seleccionaron para el estudio.

### Sector la Rumipamba

El sector de la Rumipamba que significa "Llanura de piedras", fue parte de la hacienda de María Augusta Urrutia noble dama quiteña; este lugar, en años pasados, se extendía en sentido este-oeste, desde el actual estadio Olímpico Atahualpa hasta la Avenida Occidental, y en sentido norte-sur, desde La Y hasta el Colegio Militar (El Telégrafo, 2014); actualmente va desde la avenida Mañosca hasta la avenida Atahualpa ubicado en una de las zonas con mayor movimiento en la capital tanto comercial como educativo, por lo cual existen varios establecimientos que ofertan una gastronomía muy variada y para todos los gustos. De acuerdo al último censo poblacional realizado en el Ecuador, en el sector de la Rumipamba existe un total de 2929 habitantes (Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda - MDMQ, 2010), de los cuales no todos son clientes potenciales de este sector siendo los estudiantes y empresarios el nicho de mercado al cual las empresas gastronómicas apuntan sus ofertas. Estudios realizados en el 2016 por estudiantes de la Universidad Tecnológica Equinoccial de la carrera de Gastronomía, manifiestan que existe una población del 70% de consumidores, en este sector, comprendida entre 21 a 25 años, un 16% de clientes menores de 20 años y un 14% en edades superiores los 26 años.

## METODOLOGÍA

El diseño de esta investigación es de naturaleza descriptiva exploratoria, en el cual se empleó un método de estudio univariante la cual permite analizar la estructura de la oferta y responder a las hipótesis descriptivas y correlacionales planteadas anteriormente. Para levantar la información se requirió el uso de fuentes secundarias y primarias; tanto para identificar conceptos y teorías relacionadas con el eje temático aplicando el uso fuentes bibliográficas de libros y artículos científicos ubicados en bases indexadas por medio del uso del Internet; y la otra para construir una base de datos a través de la observación, el cual sirvió para resaltar ciertos aspectos como: el establecimiento, el lugar donde se encuentra ubicado y qué tipo de actividad gastronómica oferta; por otro lado también se requirió el uso de un cuestionario, el cual se generó por medio de un contacto personal directo a los propietarios de los negocios con el fin de obtener una información con mayor nivel de certeza y fiabilidad (Tabla 1).

Se delimitó el objeto de estudio al determinar ciertos factores geográficos de mercado como: sector, parroquia y las calles con mayor desarrollo comercial. Una vez establecido el marco de estudio se procedió a calcular la muestra de un parámetro a estimar de la media poblacional de un universo finito de 31 establecimientos entre: restaurantes y fuentes de soda; como resultado dio un total de 26 establecimientos. Posteriormente se aplicó un tipo de muestreo probabilístico en forma aleatoria. Este levantamiento se realizó en forma transversal por una sola vez donde se aplicó un cuestionario compuesto de 10 preguntas cerradas de carácter cualitativo, en su mayoría con el uso de escalas primarias nominales y muy pocas con el uso de escalas métricas de intervalos, este cuestionario estaba dirigido a los propietarios de los establecimientos los cuales debían responder con presencia del encuestador. Para el procesamiento de datos se utilizó el programa estadístico SPSS para medir el comportamiento de ciertas variables que tengan relación entre la oferta y las variables del marketing de servicios.

**TABLA 1. Ficha técnica del estudio.**

Población	31 establecimientos
Ámbito	Sector de la Rumipamba, Quito – Ecuador
Método para levantar datos	Encuesta personal
Respuesta a encuestas	Propietarios de establecimientos
Tamaño de la muestra	26 encuestados
Tasa de respuesta	100%
Margen de error de muestra	8%
Nivel de confianza	95% (z=1,96)
Heterogeneidad	50%
Trabajo de campo	Abril de 2016

Fuente: Elaboración propia.

## RESULTADOS

Con el propósito de lograr una mayor comprensión sobre los datos que aparecen en las encuestas, los resultados sobre el producto gastronómico que mayormente se oferta en el menú del establecimiento se muestran en la Tabla 2, en él

se observa que, el alimento que más se repite en las cartas del sector de la Rumipamba son: el pollo y las carnes rojas, seguido de aquellos que tienen embutidos; y muy por debajo de estos se encuentran platillos elaborados con pescado.

**TABLA 2. Productos gastronómicos.**

Criterio	Tipo de establecimiento			Porcentaje
	Fuentes de soda	Restaurante	Total	
Entradas	3	5	8	31
Sopas	2	8	10	38
Ensaladas	5	6	11	42
Pastas	1	1	2	8
Mariscos	2	4	6	23
Pescados	1	5	6	23
Carnes rojas	12	10	22	85
Pollo	12	10	22	85
Cerdo	4	6	10	38
Postres	2	0	2	8
Embutidos	9	5	14	54

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 3 se examina el consumo promedio de los establecimientos de restaurantes y fuentes de soda. Los resultados muestran que 26 negocios tienen un consumo promedio entre 1 a 5 dólares, mientras que 6 estableci-

mientos tienen un consumo promedio entre 6 a 10 dólares. Con estos resultados se niega parte de las hipótesis H1, sobre el consumo promedio en los establecimientos del sector.

**TABLA 3. Contingencia según consumo promedio y el tipo de establecimiento.**

Tipo de establecimiento	Fuente de soda	Recuento	Consumo promedio*		Total
			1 - 5 \$	6 - 10 \$	
		Frecuencia esperada	12,3	3,7	16,0
		Restaurante	7	3	10
		Frecuencia esperada	7,7	2,3	10,0
		Total	Recuento	20	6
		Frecuencia esperada	20,0	6,0	26,0

**Nota:** \*2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,31

Fuente: Elaboración propia.

Para verificar si el consumo promedio por cliente en los establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en el sector de la Rumipamba está relacionado con el tipo de actividad gastronómica, se comprueba aplicando el método Chi Cuadrado. Para que la comprobación sea validada, es necesario recordar que esta prueba se aplica cuando no se dé al-

guna de las siguientes situaciones: cuando más del 20% de las casillas presentan frecuencias esperadas menores que 5 y cuando alguna celda o casilla tiene una frecuencia esperada menor de 1. De dar alguno de estos casos el valor de Chi Cuadrado deberá ser visto con cautela. Para este caso en la Tabla 4, muestra los siguientes resultados:

**TABLA 4. Relación entre el tipo de establecimiento y el consumo promedio.**

	Unidad de Análisis	Valor	Significancia*
Chi Cuadrado de Pearson	26	0.439 (d.f. = 1)	0,508
V de Cramer**	26	0.130	0,508

**Nota:**\*Análisis de diferencia significativa donde  $p < 0,05$ \*\*Aceptado si V de Cramer es  $> 0,3$  o de preferencia  $> 0,6$  siendo el valor máximo 1.

Fuente: Elaboración propia.

En base a los resultados obtenidos en la Tabla 3 se obtiene que: no existe evidencia estadísticamente significativa para rechazar la hipótesis nula H2, entendiendo que 2 de las casillas tienen una frecuencia esperada inferior a 5 (Tabla 3); es decir, 0.508 es mayor que 0.05, por lo tanto la hipótesis nula no se rechaza, ya que la significancia es mayor a 0.05; por otro lado, aplicando la V de Cramer la hipótesis alternativa puede ser aceptada al obtener una significancia mayor a 0.5, empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

La Tabla 5 muestra la diversidad de establecimientos que existen en la zona, quienes compiten continuamente de una forma muy perceptible. Entre los negocios que mayor actividad gastronómica son las fuentes de soda, con una oferta de 16 establecimientos seguido de 10 negocios que se dedican a una actividad de restaurante. Si bien cada uno de estos tipos de establecimientos tiene su propia dinámica, en cuanto al servicio y oferta gastronómica, por estar en un sector muy concurrido, ambos tienden a competir mutuamente.

**TABLA 5. Tabla de contingencia según el tipo de establecimiento.**

Tipo de establecimiento	Fuente de soda	Recuento	Frecuencia	Porcentaje
	Restaurante	Recuento	16	62
			10	38
Total			26	100

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los datos obtenidos en la Tabla 6, se puede observar que la herramienta que más utilizan los establecimientos de alimentos y bebidas son los carteles con un 50%, seguido de los volantes, con un 31%. En base a la

hipótesis planteada H3, se aprueba donde menos del 50% de los establecimientos, que se ubican en el sector de la Rumipamaba, no utilizan herramientas publicitarias que permitan propagar su oferta.

**TABLA 6. Uso de herramientas publicitarias.**

Criterio	Tipo de establecimiento		Total	Porcentaje
	Fuentes de soda	Restaurante		
Web page	1	1	2	8
Facebook	3	2	5	19
Blog	0	0	0	0
Twitter	0	0	0	0
Volantes	6	2	8	31
Revistas	0	0	0	0
Carteles	9	4	13	50
Prensa	0	0	0	0
Mailing	0	0	0	0
televisión	0	0	0	0
Radio	0	0	0	0
Habladores	3	0	3	12

**Nota:** Los valores son obtenidos sobre una base de 26 establecimientos entre restaurantes y fuentes de soda.

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 7 se examina la promoción de los establecimientos de restaurantes y fuentes de soda. Los resultados muestran que de los 26 negocios 7 esta-

blecimientos ofrecen a sus clientes variedad de promociones, beneficios o descuentos, mientras que 19 no lo hacen.

**TABLA 7. Tabla de contingencia según el tipo de establecimiento y la promoción.**

		Promociones, beneficios o descuentos*		Total	
		NO	SI		
Tipo de establecimiento	Fuente de soda	Recuento	14	2	16
		Frecuencia esperada	14,2	1,8	16,0
	Restaurante	Recuento	9	1	10
		Frecuencia esperada	8,8	1,2	10,0
Total		Recuento	23	3	26
		Frecuencia esperada	23,0	3,0	26,0

**Nota:** \*2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,15.

Fuente: Elaboración propia

Para verificar si el tipo de establecimientos de alimentos y bebidas, ubicados en el sector de la Rumipamba tiene relación con las promociones, beneficios o descuentos,

se comprueba aplicando el método Chi Cuadrado y la V de Cramer. Para este caso en la Tabla 8 se muestran los siguientes resultados:

**TABLA 8. Relación entre el tipo de establecimiento y la promoción.**

	Unidad de análisis	Valor	Significancia*
Chi Cuadrado de Pearson	0,038	1	0,846
V de Cramer**	0.038	1	0,846

**Nota:**

\*Análisis de diferencia significativa donde  $p < 0,05$

\*\*Aceptado si V de Cramer es  $> a 0,3$  o de preferencia  $> a 0,6$  siendo el valor máximo 1.

Fuente: Elaboración propia.

En base a los resultados obtenidos en la Tabla 8 se obtiene que: no existe evidencia estadísticamente significativa para rechazar la hipótesis nula H4, entendiendo que 2 de las casillas tienen una frecuencia esperada inferior a 1,15 (Tabla 7); es decir, 0.646 es mayor que 0.05, por lo tanto la hipótesis nula no se rechaza, ya que la significancia es mayor a 0.05; por otro lado, aplicando la V de Cramer la hipótesis alternativa tampoco es aceptada al

obtener una significancia mayor a 0.6.

La Tabla 9 muestra el tipo de servicio y la frecuencia de tendencia gastronómica que emplean cada uno de ellos. Aquellos negocios que tienen una tendencia gastronómica inclinada a solo ofertar comida nacional, comercializan almuerzos y desayunos, siendo éstos los que más acogida tienen en el sector.

**TABLA 9. Relación entre el tipo de servicio y la frecuencia de tendencia gastronómica.**

Tendencia gastronómica	Tipo de servicio					
	Desayuno	Almuerzo	Cena	Delivery/ Para llevar	Catering	Fast-food
Nacional	4	6	1	2	0	2
Internacional	1	1	0	1	0	1
Nacional e internacional	2	2	0	0	0	3
Total	7	9	1	3	0	6

**Nota:** Los valores son obtenidos sobre una base de 26 establecimientos entre restaurantes y fuentes de soda  
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los datos obtenidos en la Tabla 10, se puede observar que la mayor parte de establecimientos solo se dedican a contratar personal para el área de cocina y de servicio, dejando de lado otras funciones que son de relevancia para el local, como por ejemplo el administrador

o un posillero, por lo tanto se deduce que, el personal que se encuentra en cada establecimiento de alimento y bebida es poli funcional, desarrollando tareas administrativas y operativas. Con este resultado se deduce que, la calidad tanto en producto como en servicio es baja.

**TABLA 10. Personal de cocina y servicio.**

Criterio	Tipo de establecimiento		Total	Porcentaje
	Fuente de soda	Restaurante		
Posillero	0	0	0	0
A. Cocina	2	0	2	2
Cocinero	26	17	43	49
J. Cocina	0	0	0	0
Hostess	0	0	0	0
A. Mesero	0	0	0	0
Mesero	11	7	18	21
Barman	0	0	0	0
Cajero	0	0	0	0
Bodeguero	0	0	0	0
Administrador	1	1	2	2
Gerente/encargado	12	10	22	25

**Nota:** Los valores son obtenidos sobre una base de 26 establecimientos entre restaurantes y fuentes de soda  
Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, la Tabla 11 muestra la capacidad máxima de puestos que existe en los diversos negocios gastronómicos de este sector; en primer lugar se encuentran las fuentes de soda donde la mayoría de locales tienen una

capacidad mayor de hasta 11 puestos, mientras que en segundo lugar se encuentran los restaurantes y que de igual forma tienden a tener una capacidad mayor de 11 puestos.

**TABLA N° 11. Aforo máximo del establecimiento.**

Tipo de establecimiento	Fuente de soda	Capacidad máxima				Total
		De 1 a 10 puestos	De 11 a 21 puestos	De 21 a 30 puestos	Más de 31 puestos	
	Fuente de soda	4	7	3	2	16
	Restaurante	2	3	1	4	10
<b>Total</b>		<b>6</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>26</b>

Fuente: Elaboración propia

**CONCLUSIONES**

Dentro el marketing de servicios existen ciertos elementos que deben ser considerados según el tipo de servicio y actividad que se desarrolle. No todas las organizaciones que se dedican a la oferta de productos pueden ser medidos de la misma forma que aquellos que brindan sólo un servicio y que no comercializan un producto tangible; como por ejemplo el caso de la educación o de los hospitales. Para aquellos que sí lo hacen, como los establecimientos de alimentos y bebidas, entre estos: cafeterías, bares, restaurantes o fuentes de soda, deben ser analizados y evaluados muy cuidadosamente, considerando diversos factores que son muy importantes durante la gestión administrativa, operativa y comercial. Es decir, si se toman en consideración ciertas variables presentes en el marketing mix de servicios (producto, precio, plaza, promoción, procesos, personal y ambiente físico), se podrá identificar posibles estrategias que permitan, a corto, mediano y largo plazo, disminuir posibles falencias o debilidades que se manejan a nivel empresarial, y fortalecer o generar nuevas o mejores alternativas, siempre considerando que, influyan positivamente en el comportamiento del consumidor.

De acuerdo a los resultados obtenidos en este estudio, se puede considerar que la estructura que se tiene de la oferta en alimentos y bebidas que se encuentran en el sector de la Rumipamba, poseen ciertas peculiaridades que pueden influir negativamente en la decisión del consumidor. Entre los elementos con mayor impacto se encuentran: el uso de herramientas tecnológicas para difundir la oferta gastronómica, la cual tiene mucha relación con el empleo de trabajadores que solo se dedican a cumplir ciertas tareas solo operativas, dejando muy de

lado actividades que tienen correspondencia con aspectos administrativos, legales o comerciales, tal como se evidencia en el uso de promociones. A pesar que existe un número considerable de empresas gastronómicas, todas son de tamaño pequeño, resultado que se pueden evidenciar por la capacidad máxima que disponen y que no se compara con negocios en otras zonas o puntos gastronómicos de la ciudad donde manejan hasta un promedio de 100 personas a más como capacidad máxima. Otra falencia es la diversidad gastronómica que existe en el sector, apuntando solo a productos de comida rápida y almuerzos, los cuales son muy repetitivos; esto no genera una oferta amplia y no cubre otras necesidades gastronómicas de la población; lo que se debe a que solo atacan a un nicho de mercado específico muy importante del sector siendo éstos los estudiantes de colegios y universidades, más todos aquellos pequeños empresarios que se encuentran ubicados en sus principales avenidas.

Finalmente, hay que resaltar cierto criterio positivo de la estructura de la oferta gastronómica, siendo el consumo promedio uno de los elementos que más se acopla a la disponibilidad del sector, el cual se encuentra dirigido a un segmento de mercado de estudiantes en su gran mayoría entre 21 y 25 años y una pequeña participación a empresarios o residentes que se encuentran en el sector.

**REFERENCIAS**

**Arnoletto, E. (2007).** Administración de la producción como ventaja competitiva. Obtenido de [www.eumed.net/libros/2007b/299/](http://www.eumed.net/libros/2007b/299/)



- Ávila, J. (2006).** Economía. Jalisco: Ediciones Umbral.
- Baptista, M., León, M. D. (2013).** Estrategias de lealtad de clientes en la banca universal. Estudios Gerenciales, 29(127), 189-203.
- Borden, N. (1964).** The concept of the marketing mix. Journal of Advertising Research, 4(2), 2-7.
- Ciampi, L. (2007).** Sentimientos, afectos y lógica afectiva: su lugar en nuestra comprensión del otro y del mundo. Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría, 27(100), 425-443.
- Corona, L. (2002).** Innovación y competitividad empresarial. Aportes, 7(20), 55-65.
- Correia, S., Miranda, F. (2010).** Calidad y satisfacción en el servicio de urgencias hospitalarias: análisis de un hospital de la zona centro de Portugal. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 16(2), 27-41.
- Duque Oliva, E. J. (2005).** Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 15(25), 64-80.
- Eiglier, P., Langeard, E. (1989).** Servucción, el Marketing de servicios. España: Mc Graw-Hill.
- El Telégrafo. (14 de Octubre de 2014).** Rumipamba pasó de ser hacienda a barrio comercial. El Telégrafo. Recuperado el 6 de junio de 2016, de <http://www.ppel-verdadero.com.ec/pp-barrios/item/rumipamba-paso-de-ser-hacienda-a-barrio-comercial.html>
- Ferraro, G. (2005).** La servucción: una herramienta para la gestión. Costos y gestión, 1-12.
- Gallegos, J. (2002).** Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes. Madrid: PARANINFO.
- Goi, C. L. (mayo de 2009).** A Review of Marketing Mix: 4 Ps or More? Internacional Journal of Marketing Studies, 1(1), 2-15.
- Gomes, A., De Azevedo Barbosa, M. D., Gomes de Souza, A. (2013).** El sistema de oferta de restaurantes de alta gastronomía; Una perspectiva sensorial de las experiencias de consumo. Estudios y Perspectivas en Turismo, 22(2), 336-356.
- Grande, J. (2001).** Análisis de la oferta de turismo cultural en España. Estudios Turísticos, 150, 15-40.
- Hansen, K. V., Jensen, O., Gustafsson, I. (2005).** The meal experience of à la carte restaurant customers. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 5(2), 135-151.
- Hoffman, K. D., Bateson, J. (2011).** Marketing de servicios, Conceptos, estrategias y casos, Cuarta Edición (Cuarta edición ed.). México, D.F.: Cengage Learning.
- Hoyer, W., Debra Macinnis, R. P. (2013).** Consumer Behavior. Mason, Ohio: Cengage Learning.
- Jara, M., Guerrero, J., Jiménez, J., Hernández, E., Rubio, J. (2014).** Factores de competitividad de las pymes del sector de restaurantes en Bogotá, localidad La Candelaria. Intersección, 1(1), 15-23.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2012).** Marketing. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2013).** Fundamentos de Marketing. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. (2004).** Marketing para Turismo. Madrid: Pearson Educacion.
- Lambin, J., Gallucci, C., Sicurello, C. (2009).** Dirección de marketing. Gestión estratégica y operativa del mercado. México D.F.: Mcgraw-HILL/ Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- López, N. (2003).** Marketing en restauración. Madrid: Editorial Síntesis.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2014).** Consolidado Nacional. Catastro. Ecuador.
- Moraleda, A. (2004).** La innovación, clave para la competitividad empresarial. Universia Business Review, 1, 128-136.
- Nunes dos Santos, C. (2007).** Somos lo que comemos: identidad cultural y hábitos alimenticios. Estudios y Perspectivas en Turismo, 16(2), 234-242.
- Ojugo, C. (2001).** Control de Costos en Restauración. España: Thomson Editores Spain.
- Olsztyn, M. (2015).** El proceso de compra. Recuperado el 23 de abril de 2015, de <http://www.marioolsztyn.com/articulos/74-el-proceso-de-compra.html>

**Porter, M. (1986).** Estrategia Competitiva. Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia. México: Compañía Editorial Continental.

**Quito Turismo. (2014).** Quiénes somos. Recuperado el 20 de abril de 2015, de [www.quito-turismo.gob.ec](http://www.quito-turismo.gob.ec)

**Rivera Camino, J., de Garcillán, M. (2012).** Dirección de marketing; fundamentos y aplicaciones (Tercera ed.). Madrid: ESIC Editorial.

**Salazar Duque, D. A., Osorio Espín, M. A. (2016).** La gestión del conocimiento organizacional y el capital intelectual en el sector de alimentos y bebidas. Estudios y perspectivas en turismo, 25(3), 339-359.

**Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda - MDMQ. (2010).** Indicadores para la planificación territorial. Ob-

tenido de Demografía: [http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/Barrios/demografia\\_barrio10.htm](http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/Barrios/demografia_barrio10.htm)

**Talaya, A., Mondéjer, J. (2013).** Fundamentos de marketing. Madrid: ESIC Editorial.

**Teixeira, A., Azevedo, M. D., De Souza, A. (2013).** El sistema de oferta de restaurantes de alta gastronomía, Una perspectiva sensorial de las experiencias de consumo. Estudios y Perspectivas en Turismo, 22(2), 336-356.

**Zamora, J., Vásquez, A., Díaz, R., Grandón, M. (mayo de 2011).** Hacia la comprensión de la lealtad del cliente de restaurantes. Caso Talca, Región del Maule - Chile. Estudios y perspectivas en Turismo, 20(3), 563-583.

# Perception of local communities on the sociocultural impacts of rural tourism. Case of Bellavista, El Oro, Ecuador

## Percepción de las comunidades locales sobre los impactos socioculturales derivados del turismo rural. Caso Bellavista, El Oro, Ecuador

Lilia Ortiz Berrezueta<sup>1</sup>, Mauricio Noblecilla Grunauer.<sup>2</sup>, Jonathan Ruíz Carrillo<sup>3</sup>, Oscar Ordoñez Contreras<sup>4</sup> & Marjorie Crespo García<sup>5</sup>.

**Abstract:** This article presents a study on the community perception of tourism and its sociocultural impact from the point of view of the inhabitants of the coastal comunes of the Bellavista Parish and areas bordering the La Tembladera wetland, a protected area with a tourist high potential. The references analyzed discuss the sociocultural impact involved in tourist development, interaction and influences between rural communities and tourism. The records obtained were highly reliable according to the reliability analysis (Cronbach's  $\alpha=0.992$ ). Within the analysis, the component that presented the most interactive relationships had to do with the personal safety of the residents, who said that this is not affected by the flow of visitors during the local tourist seasons. The analysis of the sociocultural impact of tourism shows us that this can be related to the perception that the residents of rural communities of Bellavista Parish have.

**Keywords:** Community perception, tourism, sociocultural impact, personal safety, rural communities.

**Resumen:** En este artículo se presenta una investigación sobre la percepción comunitaria del turismo y su impacto sociocultural desde el punto de vista de los habitantes de las comunas ribereñas de la parroquia Bellavista y sectores aledaños al Humedal La Tembladera, un sector protegido con un alto potencial turístico. Las referencias analizadas discuten el impacto sociocultural que implica el desarrollo turístico, la interacción e influencia entre las comunidades rurales y el turismo. Los registros obtenidos resultaron altamente confiables según el análisis de fiabilidad (Cronbach's  $\alpha=0.992$ ). Dentro del análisis el componente que presentó más relaciones de interacción tiene que ver con la seguridad personal de los residentes, la cual manifiestan que no se ve afectada por el flujo de visitantes durante las temporadas turísticas locales. El análisis de los impactos socioculturales del turismo nos muestra que éstos pueden ser relacionados con la percepción que tienen los residentes de las comunidades rurales de la parroquia Bellavista.

**Palabras clave:** Percepción comunitaria, turismo, impacto sociocultural, seguridad personal, comunidades rurales.

(Presentado: 19 de enero de 2017. Aceptado: 14 de marzo de 2017)

<sup>1</sup> Bachelor of Arts in Hotel Management and Tourism, Universidad Técnica de Machala, Ecuador. E-mail: laortiz@utmachala.edu.ec

<sup>2</sup> Holder of an Engineering Degree in Business Management, Bank and Finance, Universidad de Especialidades Espíritu Santo.

<sup>3</sup> Máster in Teaching and Educational Research at the Technical University of Machala, jrui@utmachala.edu.ec

<sup>4</sup> Magíster en Planificación y Gestión de Proyectos Agroturísticos y Ecológicos, por la Universidad Agraria del Ecuador, osordonez@utmachala.edu.ec

<sup>5</sup> Magister in Accounting and Auditing, Universidad Metropolitana del Ecuador. E-mail: mcrespo@umet.edu.ec

**INTRODUCTION**

According to El Clima (2016), tourism in rural communes was originally developed in Europe as a complementary strategy for socio-economic development in rural populations after the Second World War. That is the reason why in the decades of the seventies and eighties tourism development policies for rural areas were established. In France, rural tourism is carried out based on activities carried out in small farms. In Austria, policies that limit the number of tourist spaces in agrotourism are duly established. In Germany holidays in agricultural farms is a known activity, where urban visitors learn about agricultural activities and the countryside. On the other hand, in Denmark rural tourism is centered in the rent of a full board or half board room, offering activities like fishing, cycling, tennis, horse riding and swimming pool. In the Netherlands, rural tourism is based on agro camping. In Belgium, there are three tourism ways in the countryside: accommodation in a farm that includes lodging, food and agro camping. In Portugal, rural tourism presents four modalities: tourism organized by the farmer, agrotourism, rural tourism, and tourist hunting areas. In Latin America, Chile and Argentina are countries of reference to the widest network of rural tourism associations, where several camping and agrotourism activities are developed.

On the other hand, communes bordering tourist recreation sites, historic landmarks, or any tourist site may think, in some cases, that tourism-related activities may affect their commune in a sociocultural way (Bramwell, 2015; Dolnicar, Yanamandram, & Cliff, 2012). The effects vary according to the amount of visitors, the activities carried out during their stay as well as their customs or beliefs (Brunt & Courtney, 1999; Moyle, Croy, & Weiler, 2010). Bellavista is a highly tourist area, unprepared for tourism though, the reasons to its low tourist affluence is due to a general lack of knowledge of the existence of the site, combined with a lack of publicity or tourist information in the area, another problem could be the little concern to research the potential of tourism resources in the site. Little or no investment in the tourism sector due to the low level of projects based on rural tourism. Deepening the understanding of the situation, there is a location in Bellavista called La Tembladera wetland, where different

types of tourism can be developed in benefit of the socio-cultural development of the population of the above mentioned place. That is the reason why the problem can be stated based on: how does the low level of perception of rural tourism impacts the sociocultural aspect of the commune of Bellavista?

The argument or purpose pursued hereby is to determine the perception of the residents of these sectors regarding local tourist development in its different stages, or while the tourist affluence is gradually increasing or decreasing. A turning point in the analysis is the high season of tourism, holiday or summer season, as the case may be (Chen, Hsu, & Tzeng, 2011; Wang, Chen, & Chen, 2012).

**History of Bellavista**

According to GAD Bellavista (2016), the Parish of Bellavista in the Canton of Santa Rosa, El Oro Province, was first colonized around 1870, among the first families of settlers the following can be mentioned: Aguilar, Lozano, Zambrano, Macas, Torres, Zavala and Pesantes. Originally known as Pitapongo, a small river dock named Botadero was established for the trade of products and their transportation to Santa Rosa. Similarly, on April 27, 1907 the Municipality of Santa Rosa promoted to parish the civil estate named "Pitapongo", changing its name to Bellavista due to its wonderful flora and fauna, the beauty of the architectonic houses in the town, and its landscapes.

Bellavista is deemed as an area of low tourist inflow. Then, it is necessary to work on its image and tourist promotion. It is situated in El Oro province, Ecuador, a rural Parish that belongs to the Canton of Santa Rosa, formed by riverine communes and the following sites: La Florida, Miraflores, San Jacinto, Laguna de Caña and San José (Ministerio del Ambiente, 2009).

A promotion of the tourism potential of Bellavista may be facilitated by means of different mass media resources, it is hereby recommended to make use of pictures that stand out the local landscapes (Echtner & Prasad, 2003; Kim & Richardson, 2003; Scherrer, 2014). Nevertheless, the purpose of the present research only deals with the influence of tourism in the target area, providing guidelines

for future strategies to implement, aiming to protect the sociocultural integrity of the area.

## **LITERATURE REVIEW**

For the elaboration of the present article, studies on the connection between hospitality and motivation were reviewed (Cimbaljević, 2015, Otting & Zwaal, 2011), strategic planning research in hospitality and tourism were also considered (Phillips & Moutinho, 2014; Ruhanen, Weiler, Moyle, & McLennan, 2015), commune perceptions of tourism (Moyle et al., 2010; Routledge, 2006), sustainability indicators for different types of destinations, including those classified as vulnerable (Cornet, 2007), the tourism and its effects on the local economy (Song, Haiyan, Larry Dwyer & ZhengCao, 2012), aspects of promotion and advertising (Wang et al., 2012; Witell & Löfgren, 2013) and the sociocultural impact of tourism (Brunt & Courtney, 1999; Dogan, 1989; Faulkner & Tideswell, 1997; Korstanje, 2012).

The work developed by (Córdova, 2003) claims that the objective of rural tourism is directed to both tourists and individuals who permanently occupy the space in which tourism is developed. Local or host communes are as important in this system as the landscape and the tourist. In this sense, development actions should be framed within said parameters to improve the quality of life of rural populations. In this case, a study was carried out in the region of Colca Valley, Arequipa, Peru, which shows landscapes entirely cultural and patrimonial for tourism. On the other hand, there is an amazing fauna in the rocky mountains like the condor, bird symbol of the Andes, which allows its sightings to tourists.

The research carried out by (Garin, 2014) determines that rural tourism is an activity in process of consolidation as an engine for the development of peasant communes, a complement to their traditional productive work and the use of natural, gastronomic, historical, and landscape resources at their disposal. Taking into account these perspectives, the objective of this study is to analyze the role of public institutions, their relationships with local entrepreneurs, and characterize the peasants who make rural

tourism, know their perception of local institutions and government, and be aware of the limitations and benefits available to perform their activity.

The article elaborated by (García, Cánoves, Salamaña, Valdovinos, & Villarino, 1995), establishes as a research objective the analysis of the changing role of women in the economic activity of rural areas of Spain, particularly with a new rural tourism activity articulating a process divided into four preponderant phases: first, the theoretical framework of rural tourism is outlined, secondly the subject is streamlined in depth, the research methodology is applied in the third step and in the fourth, the results obtained are discussed. It is concluded thereby that women are highly enterprising for the sustainable development of rural communes, moreover in rural tourism.

## **METHODOLOGY**

For the drafting of this document, a bibliographic review is made for the theoretical background. In addition, exploratory and statistical research are utilized in order to characterize the results shown in the field research. Said research was developed with a survey-type measurement instrument to synthesize the factors under study. The collected data allowed to establish the critical factors at a socio-cultural level related to the tourism development of a place. The information compiled in turn, may serve as a basis for the proposal of development for a model of sustainable tourism in the target area that minimizes the sociocultural impact (Noblecilla G., Ortíz B., Ruiz C., Encalada L., & Ordoñez C., 2016).

For the present population, the parish of Bellavista was selected as a point of study, specifically the sites surrounding La Tembladera wetland, areas known as Riparian Communes. Table 1 shows the base referential population of the inhabitants of the riparian communes in the parish of Bellavista (Ministerio del Ambiente, 2009). For the year 2010, the population by area, according to province, Canton and parish of registration reflected a potential total of 2835 inhabitants (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010).

**TABLE 1. Estimated population in riparian communes (%).**

Location	Gender		Total
	Male	Female	
La Florida	10	9	19
Miraflores	4	5	9
San Jacinto	4	3	7
Laguna de Caña	16	14	30
San José	18	17	35
Total	51	49	100

**Source:** Family surveys, Socio-economic component, La Tembladera Wetland Management Plan - 2009; IV Census of Population and V of Housing, November 2001, INEC.  
 Edition: The author.

Factors were measured by using a Likert scale survey, which can provide a relevant framework to help estimate and analyze the factors of major and minor relevance in this research (Chou, Hsu, & Chen, 2008; Faulkner & Tideswell, 1997). Several analysis have been carried out on tourism in underdeveloped countries, reflecting a low balance of revenues generated by tourism activities (Brohman, 1996; Echtner & Prasad, 2003; Korstanje, 2016). Hence, the need to generate strategies that boost tourist development; the expectation is not to affect the socio-cultural environment of the residents of the tourist attractions (Brunt & Courtney, 1999; McKercher, Wang, & Park, 2015).

The main source of information to determine the incidence of tourism in the socio-cultural development of the inhabitants of a place is based on themselves, which leads us to propose a survey to collect evidence of the socio-cultural impact (Ruhanen, Weiler, Moyle, & McLennan, 2015). The survey elements include different estimation factors that reflect the reality of tourism from the perspective of residents and possible changes or socio-cultural adaptations, especially in those people who earn their income directly from tourists or activities developed during their visit (Jamal & Getz, 1995; Jonas & Reza, 2008).

One of the typical tourist services has to do with gastronomy, even in areas with low tourist affluence, although presenting a limited offer, limiting its commercial growth too (Jusoh, Shafiee, & Jamaluddin, 2012). In the case of a small tourist affluent, it would not make sense to implement marketing strategies without previously working on the image and promotion of the tourist site (Kim &

Richardson, 2003; Zhang, L'Espoir Decosta, & McKercher, 2015). The best months for the tourism industry are January, March, June, July, August and December. The high season is considered in the months of June, July and August, due to the arrival of international visitors (Ministerio de Turismo, 2009).

In order to infer relevant aspects of the information, a survey model was used with a part of the population, estimated after calculating a representative sample. The questioned elements are shown in Table 2. For the weights, a Likert scale was considered for eleven of the twelve items included in the written survey, and an open question that later encompassed four types of results. The latter information is summarized in Table 3.

The research method is statistical and exploratory. Therefore, the data obtained will be systematically described (García-García, Reding-Bernal, & López-Alvarenga, 2013; Kindström & Kowalkowski, 2009), then, said data was tabulated with the help of IBM SPSS Statistics 23 trial software. The study takes on aspects of hospitality, community social environment and interaction between the commune residents and tourists in different seasons (Griffiths & Sharpley, 2012; Jonas & Reza, 2008).

For the calculation of the sample, it was decided to randomly select two of the sites in the study target area (three if the selected population is less than 50% of the total of 2835); then, the sites of San José and La Florida were selected, making up 54% of the estimated total population of the Santa Rosa Canton riparian communes (Table 1).

**TABLE 2. Elements of the survey.**

Item	Questioning
1	Do you believe that tourism has in some way affected the development opportunities of the local community?
2	Do you consider that your habitual family life is affected by tourism?
3	Is the time spent with your family affected during peak tourist seasons?
4	Do you consider that the majority of the residents that migrate to the city do it to find a job?
5	Do you think that community life is affected in any way by tourism?
6	Do you consider that there are resentments between the local community and the tourists?
7	Do you think that social exchange activities between tourists and the local community can lead to a change in the attitude of the local community?
8	Do you think that your lifestyle is temporarily altered during the tourism season?
9	Do you think that as a result of tourism, visitors are more interested in local development than the local community?
10	Do you consider that the local people change their beliefs to accommodate some of the tourists?
11	Do you feel that your safety is affected in any way during the tourist season?
12	Why are you living in this community?

**Source:** (Brunt & Courtney, 1999).

Edited by: the author.

Therefore, the population to be studied (N) is composed of 1531 inhabitants; In addition, a margin of error (ε) of 5% was considered for the calculation, given the small population of the zone with a confidence level (z) of 95%, using the following relation:

$$n = \frac{p \times q \times z^2}{\epsilon^2 + \frac{p \times q \times z^2}{N}} \quad (1)$$

Where p and q are the proportions of the population with both an expected and an unexpected characteristic respectively, taking the value of 0.5 for each case since there is no need for difference among the inhabitants of the sector, men and women of legal age are equally acceptable. Thus, the sample size (n) reaches 308 units of study, equivalent to a total of 77 families, considering that each family consists of four members on average (García-García et al., 2013). To reduce the estimation error, the sample was increased, rounding up to 80 surveys to be applied in the households of two sites randomly selected.

**TABLE 3. Weights to table the surveys.**

Weighing	Likert scale	Open question
Totally disagree	1	-
Disagree	2	-
Neutral	3	-
Agree	4	-
Totally agree	5	-
Enjoy nature	-	1
Place of birth	-	2
Workplace	-	3
Like the community environment	-	4

**Source:** (Brunt & Courtney, 1999; Faulkner & Tideswell, 1997).

Edited by: The autor.

## RESULTS

In the analysis of the collected data, to start, the reliability of the records was verified, by using a reliability analysis with Cronbach's alpha, which resulted in 0.992 (according to the test performed with the help of the IBM SPSS Statistics trial version), a result that indicates that the data are highly reliable (Table 4). After the tabulation, the main ele-

ments that show a greater interaction with the rest of the elements are verified using a factorial analysis, which reflects a percentage of the variance higher than 90% over only one of the components (Table 5).

**Table N° 4. Cronbach alpha value of the survey data.**

Cronbach Alfa	Reliability statistics	
	Cronbach alpha based on standardized elements	N of elements
,992	,992	11

Source: Analysis performed with IBM SPSS software.  
 Edited by: The author.

The element with the greatest incidence is the personal safety of the residents, who affirm that it is not affected by the flow of visitors during the local tourist seasons. This element is the one with the closest relation with the other elements analysed (from the point of view of the variability present in each set of values analysed bilaterally). However, the information repor-

ted gives us different results which are detailed separately, contrasting their central tendencies, modal and median values. In the interactions the total variance by component is valued and the components are categorized. This usually proceeds after defining the commonalities; however, the presentation of these results is omitted.

**TABLE 5. Factorial analysis of the elements in the survey.**

Component	Initial autovalores			Additions of extraction of squared charges		
	Total	% of variance	% accrued	Total	% of variance	% accrued
1	11,033	91,945	91,945	11,033	91,945	91,945
2	,358	2,987	94,932			
3	,188	1,564	96,496			
4	,123	1,026	97,522			
5	,073	,605	98,127			
6	,066	,551	98,678			
7	,049	,407	99,085			
8	,038	,319	99,404			
9	,026	,221	99,625			
10	,021	,173	99,798			
11	,016	,137	99,936			
12	,008	,064	100,000			

Extraction method: analysis of main components.  
 Source: Analysis performed with IBM SPSS software.  
 Edited by: The author.



**TABLE 6. Main components of the survey.**

Component matrix <sup>a</sup>	Component/1
Do you believe that tourism has affected in some way the development opportunities of the local community?	,976
Do you consider that your family life is affected by tourism?	,977
Is the time spent with your family affected during peak tourist seasons?	,938
Do you consider that the majority of the residents that migrate to the city do it to find a job?	,913
Do you think that community life is affected in any way by tourism?	,983
Do you consider that there are resentments between the local community and the tourists?	,966
Do you think that social exchange activities between tourists and the local community can lead to a change in the attitude of the local community?	,937
Do you think that your lifestyle is temporarily altered during the tourism season?	,975
Do you think that as a result of tourism, visitors are more interested in local development than the local community?	,972
Do you consider that the local people change their beliefs to accommodate some of the tourists?	,974
Do you feel that your safety is affected in any way during the tourist season?	,983
Why are you living in this community?	,908

Extraction method: main component analysis.

a. 1 extracted components.

Source: Analysis performed with IBM SPSS software.

Edited by: The author.

According to the results summarized in Table 7, it can be seen that tourism has not exerted a considerable impact on the opportunities of development for the local community; the residents of this community consider that their habitual family life is not affected by tourism in any way. Likewise, the time that the members of this community dedicate to their families is not affected during the high seasons of tourism. Most of the residents who migrate to the city do so to find employment. Besides, community life, or social coexistence with other residents, is not affected in any way by tourism. Finally, there is no evidence of any kind of resentment between the local community and the tourists. On this regard, residents are interested in the activities of social exchange between tourists and members of this community, although they are neutral on the idea of the need to generate a change in the attitude of this population.

It was also verified that the lifestyle of the target com-

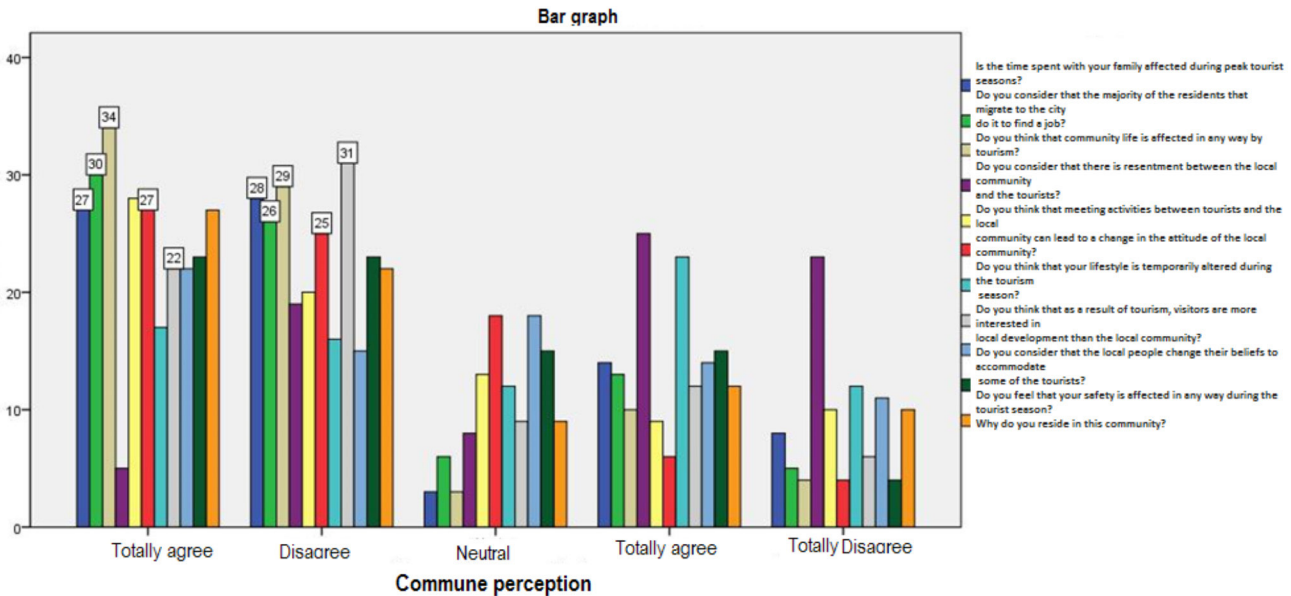
mune inhabitants undergoes a low impact during the tourist season, without perceiving relevant changes as a result of tourism, and specifically tourism potential, local development is of interest to both visitors and the local community. Their beliefs are rarely changed to accommodate tourists. Residents feel that their personal and familiar safety is not affected in any way during the tourist season. In general, the people who inhabit this sector in the sense that it is their place of origin, where they or their ancestors were born, and they have been given this place of residence as their legacy. Among the most influential factors at the level of the local population is related to the time that the residents dedicate to their families during the high seasons of tourism (June, July and August), which they consider that is not affected, according to 79 % of respondents. Meanwhile 70% consider that tourism does not alter their normal family life either. According to 69% the development opportunities are not affected by the tourist affluent in the analysed area.

**TABLE 7. Basic descriptive statistical elements.**

Questioning	Mode	Median	S.D.
Do you believe that tourism has in some way affected the development opportunities of the local community?	2	2	1,370
Do you consider that your family life is affected by tourism?	1	2	1,280
Is the time spent with your family affected during peak tourist seasons?	1	2	1,196
Do you consider that the majority of the residents that migrate to the city do it to find a job?	4	4	1,302
Do you think that community life is affected in any way by tourism?	1	2	1,393
Do you consider that there is resentment between the local community and the tourists?	1	2	1,137
Do you think that meeting activities between tourists and the local community can lead to a change in the attitude of the local community?	4	3	1,400
Do you think that your lifestyle is temporarily altered during the tourism season?	2	2	1,245
Do you think that as a result of tourism, visitors are more interested in local development than the local community?	1	3	1,398
Do you consider that the local people change their beliefs to accommodate some of the tourists?	2	2	1,230
Do you feel that your safety is affected in any way during the tourist season?	1	2	1,413
Why are you living in this community?	2	2	0,938

Source: (Brunt & Courtney, 1999).

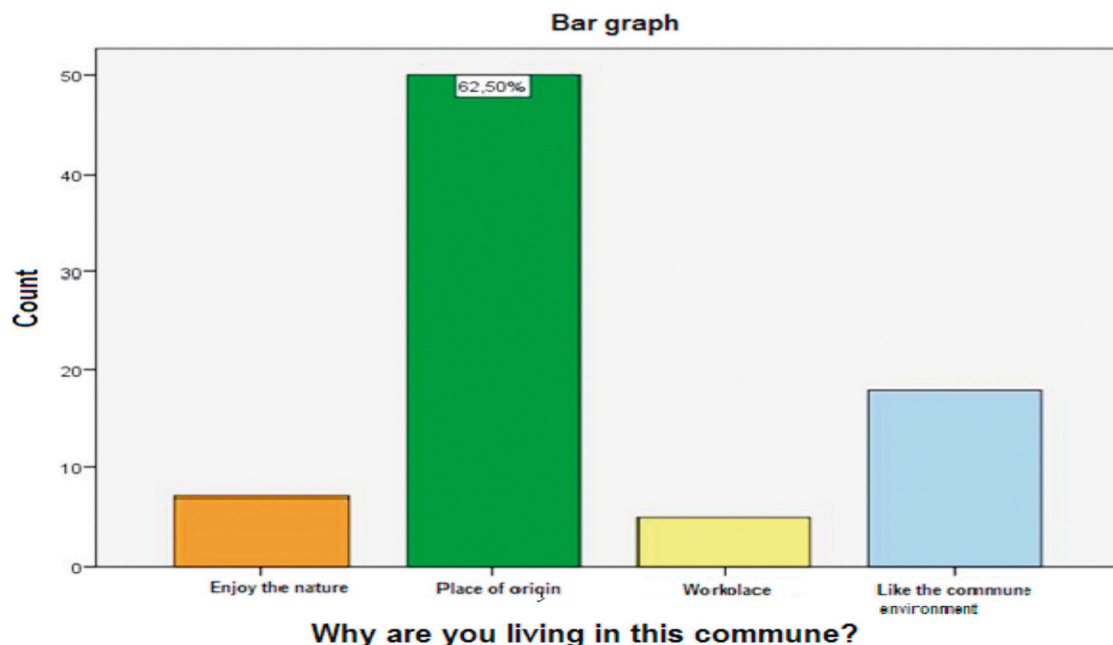
Edited by: The author.



**GRAPH 1. Bar graph on the commune perception of local tourism.**

The last is also verified, according to Graph 1, that 66% of the respondents believe that their lifestyle does not suffer alterations derived from the tourist affluent. Another relevant factor is related to the resentment that might exist

between the local community and the tourists; according to 65% this has not been evidenced. Finally, Graph 2 shows that 62.5% of the inhabitants of the sector have lived there from their birth or their ancestors' birth.



GRAPH 2. Bar graph on the reason of local residence.

## DISCUSSION

In the present research the perception of the inhabitants of the Parish of Bellavista on the sociocultural impact derived from the tourist affluent in the area was examined, during high and low seasons of tourist activities. For this essay, documents dealing with issues about the socio-cultural impact of tourism development were analysed, as well as the interaction and influence between rural communities and tourism development. For the collection of information, a survey model was used containing the factors that were wanted to be visualized in order to determine the sociocultural influences of tourism perceived by the local community.

The main conclusions of this study reflect that tourism has not altered the time that residents dedicate to their families, their habitual family life, nor their lifestyle in the community. Development opportunities remain essentially intact given the low impact that tourism exerts on the sector, which is reflected in the absence of discrepancies, rivalries or resentment between residents and visitors. In addition, the population is mostly composed of people who inhabit the sector from their birth, or have spent their time from generation to generation.

Although there are studies that point to a typical change in the attitude of people when the tourist influx increases (Li, Chen, Li, & Goh, 2016; Liu & Var, 1986; Russell, 2003; Tucker, 2016), on the perception that residents in a place have about tourism development (Andereck, Valentine, Knopf, & Vogt, 2005; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Liu, Sheldon, & Var, 1987) and its sociocultural impact on the visited commune (Korstanje, 2012; Milman & Pizam, 1988; Tosun, 2002), it is worth to highlight the positive attitude of the members of these communities, the facilities they provide to tourism and the local development evoked by it. However, a solid sustainable development proposal has not yet materialized, which can be complemented with a new study on this regard, analysing other variables of support (Nunkoo & Gursoy, 2012; Stamenkovic, 2012; Torres-Delgado & Palomeque, 2014).

Research works of this type will be a support to the different efforts and projects carried out in this sector, specifically around the protected ecological sector of the La Tembladera wetland (Ministerio del Ambiente, 2009), which includes socio-cultural studies, economic and tourism development, foreign trade, among others that seek

to invigorate the regional resources. The implementation of a solid project of sustainable tourism for this area will promote the improvement of other fields, especially the commercial area, essential for the inhabitants of this community.

In the research carried out by Hildegardo Córdova (2003), there is a growing perception in the socio-cultural development in the mountainous areas of Arequipa where bird sightings are made, and also rural tourism of great relevance. In this case, it differs from the present research work since the Case study in Bellavista is a wetland called La Tembladera, whose strategic point according to the results obtained is that practically everything can be done, from adventure tourism, cultural, gastronomic and agricultural experiences, and which meeting points are highly touristic.

On the other hand, the work carried out by Alan Garín (2014), determines the perception of rural tourism in the local development of the commune members, which has a positive effect among the population of Villarica Chile, differing from the current research work in the sense that the background of this project is to analyse the tourist attractions offered by the wetland, using a better methodology than the one developed by Garín, as it was analysed statistically to support the proposed objective.

**CONCLUSIONS**

The community perception of tourism depends to a large extent on the proximity of the tourist to the residents. According to this research, each area will see tourism in a different way, because of the magnitude of the relationship or links that visitors might have with residents. For the commune members of San José and La Florida, administrative venue of the parish of Bellavista, the flow of tourism is really reduced, sometimes imperceptible, and the little time of tourist-commune member interaction is carried out in a harmonious way. Hence the minimal influence of tourism in this rural area of the canton Santa Rosa, which is already implementing several measures of community action to develop and enhance tourism.

The tourist potential, an imperative need for this community, which is supported by the good will of the residents to welcome visitors and improve the provision of services (in

some cases) or simply by displaying hospitality. The positive community perception of tourism for the case under study stands out. This research would be complemented in the future, when the local community projects turn the site into a tourist destination sufficiently resorted to merit a new, deeper study that not only captures the perception about tourism, but also its impacts derived.

Residents, who are mostly native, may see their surroundings affected positively or negatively. That situation can be envisaged by promoting rural tourism with parallel measures of environmental conservation, especially when these areas surround La Tembladera wetland, a protected site that is the main attraction and source of tourism in these rural communities.

**REFERENCES**

**Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005).** Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056–1076. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>

**Bramwell, B. (2015).** Theoretical activity in sustainable tourism research. *Annals of Tourism Research*, 54, 204–218. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.07.005>

**Brohman, J. (1996).** New directions in tourism for Third World development. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 48–70. [http://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00043-7](http://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00043-7)

**Brunt, P., & Courtney, P. (1999).** Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493–515. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00003-1](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00003-1)

**Chen, F. H., Hsu, T. S., & Tzeng, G. H. (2011).** A balanced scorecard approach to establish a performance evaluation and relationship model for hot spring hotels based on a hybrid MCDM model combining DEMATEL and ANP. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 908–932. <http://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.02.001>

**Chou, T.-Y., Hsu, C.-L., & Chen, M.-C. (2008).** A fuzzy multi-criteria decision model for international tourist hotels location selection. *International Journal of Hospitality Management*, 27(2), 293–301. <http://doi.org/10.1016/j.ijhm.2007.07.029>

- Cimbaljević, M. (2015).** Social media marketing in tourism and hospitality. *Annals of Tourism Research*, 54, 236–238. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.05.006>
- Cornet, C. (2015). Tourism development and resistance in China. *Annals of Tourism Research*, 52, 29–43. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.02.002>
- Dogan, H. Z. (1989).** Forms of adjustment. *Annals of Tourism Research*, 16(2), 216–236. [http://doi.org/10.1016/0160-7383\(89\)90069-8](http://doi.org/10.1016/0160-7383(89)90069-8)
- Dolnicar, S., Yanamandram, V., & Cliff, K. (2012).** The contribution of vacations to quality of life. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 59–83. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2011.04.015>
- Echtner, C. M., & Prasad, P. (2003).** The context of third world tourism marketing. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 660–682. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00045-8](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00045-8)
- Faulkner, B., & Tideswell, C. (1997).** A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3–28. <http://doi.org/10.1080/09669589708667273>
- García-García, J. A., Reding-Bernal, A., & López-Alvarenga, J. C. (2013).** Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en educación médica. *Investigación En Educación Médica*, 2(8), 217–224. [http://doi.org/10.1016/S2007-5057\(13\)72715-7](http://doi.org/10.1016/S2007-5057(13)72715-7)
- Griffiths, I., & Sharpley, R. (2012).** Influences of nationalism on tourist-host relationships. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 2051–2072. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.002>
- Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996).** Perceived impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503–526. [http://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00075-5](http://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00075-5)
- Jamal, T. B., & Getz, D. (1995).** Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186–204. [http://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00067-3](http://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00067-3)
- Jensen, M. T. (2016).** Hypersensitive tourists: The dark sides of the sensuous. *Annals of Tourism Research*, 57, 239–242. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2016.01.002>
- Jonas, S. H., & Reza, B. (2008).** Hospitality studies and hospitality management: A symbiotic relationship. *International Journal of Hospitality Management*, 101, 8357–8361.
- Jusoh, Z., Shafiee, N. H., & Jamaluddin, A. (2012).** Factors Influencing Tourist Food Consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 1–27.
- Kim, H., & Richardson, S. L. (2003).** Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216–237. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00062-2](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00062-2)
- Kindström, D., & Kowalkowski, C. (2009).** Development of industrial service offerings: a process framework. *Journal of Service Management*, 20(2), 156–172. <http://doi.org/10.1108/09564230910952753>
- Korstanje, M. E. (2012).** Turismo y Cambio Sociocultural: Una Perspectiva Conceptual. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1264–1266. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2012.01.009>
- Korstanje, M. E. (2016).** Sun & sea tourism: Fantasy and finance of the all-inclusive industry. *Annals of Tourism Research*. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2016.02.012>
- Li, H., Chen, J. L., Li, G., & Goh, C. (2016).** Tourism and regional income inequality: Evidence from China. *Annals of Tourism Research*, 58, 81–99. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2016.02.001>
- Liu, J. C., Sheldon, P. J., & Var, T. (1987).** Resident perception of the environmental impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 14(1), 17–37. [http://doi.org/10.1016/0160-7383\(87\)90045-4](http://doi.org/10.1016/0160-7383(87)90045-4)
- Liu, J. C., & Var, T. (1986).** Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13(2), 193–214. [http://doi.org/10.1016/0160-7383\(86\)90037-X](http://doi.org/10.1016/0160-7383(86)90037-X)
- McKercher, B., Wang, D., & Park, E. (2015).** Social impacts as a function of place change. *Annals of Tourism Research*, 50, 52–66. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.002>
- Milman, A., & Pizam, A. (1988).** Social impacts of tourism on central florida. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 191–204. [http://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90082-5](http://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90082-5)

- Moyle, B., Croy, W. G., & Weiler, B. (2010).** Community Perceptions of Tourism: Bruny and Magnetic Islands, Australia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(3), 353–366. <http://doi.org/10.1080/10941665.2010.503625>
- Noblecilla G., M., Ortíz B., L., Ruiz C., J., Encalada L., I., & Ordoñez C., O. (2016).** Análisis del potencial turístico de las comunidades rurales . Caso de estudio : Comunidad Muyuyacu , El Oro-Ecuador. *RIAT*, 12, 48–59. Retrieved from <http://riat.atalca.cl/index.php/test/article/view/322>
- Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012).** Residents’ support for tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243–268. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.006>
- Otting, H., & Zwaal, W. (2011).** Degree of motivation of international hospitality students in their work place. *Journal of Hospitality Leisure Sport & Tourism Education*, 10(1), 4–12. <http://doi.org/10.3794/johls-te.101.240>
- Phillips, P., & Moutinho, L. (2014).** Critical review of strategic planning research in hospitality and tourism. *Annals of Tourism Research*, 48, 96–120. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2014.05.013>
- Routledge, P. (2006).** Sustainable Wine Tourism : The Host Community Perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(5), 425–448. <http://doi.org/10.2167/jost587.0>
- Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B. D., & McLennan, C. J. (2015).** Trends and patterns in sustainable tourism research: a 25-year bibliometric analysis Trends and Patterns in Sustainable Tourism Research: A 25- Year Bibliometric Analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 517–535. <http://doi.org/10.1080/09669582.2014.978790>
- Russell, R. V. (2003).** Tourists and refugees. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 833–846. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00062-8](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00062-8)
- Sancho, A., Garcia, G., & Rozo, E. (2007).** Comparativa de Indicadores de Sostenibilidad para Destinos Desarrollados, en Desarrollo y con Poblacion Vulnerable. *Annals of Tourism Research*, 9, 15–77.
- Scherrer, P. (2014).** Book review. *Annals of Tourism Research*, 44, 294–296. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2013.08.006>
- Song, Haiyan, Larry Dwyer, G. L., & ZhengCao. (2012).** Tourism Economics Research: a Review and Assessment. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1653–1682. Retrieved from [http://ac.els-cdn.com/S0160738312000795/1-s2.0-S0160738312000795-main.pdf?\\_tid=67a563e4-c8d4-11e3-bee1-00000aabb0f02&acdnat=1398030214\\_b57a4f3d9703ed2daf5a30d5da93eb92](http://ac.els-cdn.com/S0160738312000795/1-s2.0-S0160738312000795-main.pdf?_tid=67a563e4-c8d4-11e3-bee1-00000aabb0f02&acdnat=1398030214_b57a4f3d9703ed2daf5a30d5da93eb92)
- Stamenkovic, P. D. (2012).** Tourism: Characteristics and Development Perspectives. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1748–1749. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2012.05.016>
- Torres-Delgado, A., & Palomeque, F. L. (2014).** Measuring sustainable tourism at the municipal level. *Annals of Tourism Research*, 49, 122–137. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2014.09.003>
- Tosun, C. (2002).** Host perceptions of impacts. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231–253. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00039-1](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00039-1)
- Tucker, H. (2016).** Empathy and tourism: Limits and possibilities. *Annals of Tourism Research*, 57, 31–43. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.12.001>
- Wang, C.-H., Chen, K.-Y., & Chen, S.-C. (2012).** Total quality management, market orientation and hotel performance: The moderating effects of external environmental factors. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 119–129. <http://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.03.013>
- Witell, L., & Löfgren, M. (2013).** From service for free to service for fee: business model innovation in manufacturing firms. *Journal of Service Management*, 24(5), 520–533. <http://doi.org/10.1108/JOSM-04-2013-0103>

**Zhang, C. X., L'Espoir Decosta, P., & McKercher, B. (2015).** Politics and tourism promotion: Hong Kong's myth making. *Annals of Tourism Research*, 54, 156–171. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.07.003>

**Instituto Nacional de Estadística y Censo. (Noviembre de 2010).** INEC. Obtenido de [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec): [http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com\\_content&view=article&id=232&Itemid=128&lang=es](http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=232&Itemid=128&lang=es)

**Ministerio de Turismo. (Agosto de 2009).** Plan Integral

de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014. Obtenido de [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec): [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE\\_2014.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf)

**Ministerio del Ambiente. (Noviembre de 2009).** Plan de manejo participativo del Humedal La Tembladera, El Oro - Santa Rosa. Obtenido de [simce.ambiente.gob.ec](http://simce.ambiente.gob.ec): <http://simce.ambiente.gob.ec/sites/default/files/documentos/belen/Plan%20de%20Manejo%20La%20Tembladera.pdf>

RESEARCH / INVESTIGACIÓN

# Diagnóstico del potencial turístico para el diseño de senderos ecoturísticos. Caso Bosque Protector Cerro Blanco, Guayas, Ecuador

## Diagnosis of the tourist potential for the design of ecotourism trails. The Case of the Cerro Blanco Protected Forest, Guayas, Ecuador

Diana Delgado Campuzano<sup>1</sup>, Roberto Herrera Anangono<sup>2</sup>, Amada Zambrano R.<sup>3</sup>, Gabriela Torres J.<sup>3</sup>, Jazmin Peñafiel L.<sup>3</sup>, María Jose Ortíz.<sup>3</sup>, Byron Oviedo<sup>4</sup>

**Resumen:** El objetivo principal del Bosque Protector Cerro Blanco (BPCB) es "Proteger y rehabilitar una muestra representativa de importancia nacional de la región del bosque seco tropical, fomentando la comprensión, apreciación y deleite público para no destruirlo y guardarlo para las generaciones presentes y futuras, tanto de ecuatorianos como visitantes internacionales" (Horstman, 1998). Para analizar la sustentabilidad de la Zona de Recreación al Aire Libre del BPCB es necesario conocer el diagnóstico de los diferentes elementos que conforman el paisaje, tales como las condiciones climáticas, las características del relieve, la potencialidad del suelo, la estructura de la vegetación, y la fauna. Dicho análisis permite identificar los procesos o cambios que en un momento dado pueden alterar el funcionamiento de un sistema ambiental. La implementación del diseño de los nuevos senderos para el BPCB implica la elaboración de todos aquellos accesorios o construcciones necesarias para el buen desarrollo del mismo. El objetivo final es evaluar alternativas para implementarlas en el lugar considerando la normativa técnica, ambiental y turística.

**Palabras clave:** Gestión ambiental, procedimiento general, uso responsable de recursos.

**Abstract:** The main objective of the Cerro Blanco Protected Forest (BPCB in Spanish) is "To protect and rehabilitate a nationally important representative sample of the tropical dry forest region, promoting public understanding, appreciation and enjoyment so as not to destroy it and to maintain it for present and future generations, both Ecuadorian as well as international visitors" (Horstman, 1998). In order to analyze the sustainability of the Outdoor Recreation Area of the BPCB, it is necessary to understand the diagnosis of the different elements that comprise the landscape, such as the climate conditions, the characteristics of the terrain, soil potential, vegetation structure and the fauna. This analysis makes it possible to identify the processes or changes that can alter the functioning of an environmental system at a certain time. The implementation of the design of the new trails for the BPCB involves preparing all those accessories or constructions needed for their proper development. The ultimate aim is to assess alternatives to implement them in place, considering technical, environmental and tourist regulations.

**Keywords:** Environmental management, general procedure, responsible use of resources.

(Presentado: 10 de febrero de 2017. Aceptado: 29 de marzo de 2017)

<sup>1</sup> M.Sc. Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Guayas, Ecuador. E-mail: dianavaleriadc@yahoo.com

<sup>2</sup> M.Sc. Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Quevedo, Ecuador.

<sup>3</sup> M.Sc. Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Guayas, Ecuador.

<sup>4</sup> Ph.D., Director de Investigación, Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. E-mail: boviedo@uteq.edu.ec



## INTRODUCCIÓN

La conservación y protección de la naturaleza es un tema que ha despertado gran interés a nivel mundial, y la creación de áreas protegidas ha permitido resguardar los recursos naturales y culturales de muchos sitios que los poseen en mayor número (Boo, 1989). El objetivo principal del Bosque Protector Cerro Blanco (BPCB) es "Proteger y rehabilitar una muestra representativa de importancia nacional de la región del bosque seco tropical, fomentando la comprensión, apreciación y deleite público para no destruirlo y guardarlo para las generaciones presentes y futuras, tanto de ecuatorianos como visitantes internacionales" (Horstman, 1998). Para analizar la sustentabilidad de la Zona de Recreación al Aire Libre (ZRAL) del BPCB es necesario conocer el diagnóstico de los diferentes elementos que conforman el paisaje, tales como las condiciones climáticas, las características del relieve, la potencialidad del suelo, la estructura de la vegetación y la fauna. A través de dicho análisis se logra identificar los procesos o cambios que en un momento dado pueden alterar el funcionamiento de un sistema ambiental.

La implementación dentro de los parámetros de la investigación del diseño de los nuevos senderos para el BPCB busca elaborar todos aquellos accesorios y construcciones necesarias para el buen desarrollo del mismo, lo cual considera como implementación; esto es buscar la necesidad en base a parámetros técnicos, dar una o varias alternativas para suplir dicha necesidad, implementarlas en el lugar correspondiente tomando en consideración la normativa técnica, ambiental y turística.

## MATERIALES Y METODOLOGÍA

El BPCB se encuentra en la parroquia Tarqui, cantón Guayaquil, provincia del Guayas (Figura 1). Está ubicado geográficamente a una Latitud: 2° 7' S, Longitud: 80°5' O. La altitud es de 50 msnm, a 16 kilómetros de la ciudad de Guayaquil. Una condición climática de temperatura media anual en época de lluvia de 35°C y en época seca de 18°C. La precipitación media anual es entre 500 y 700 mm. Está clasificado ecológicamente según el sistema de zonas de vida de Holdridge (1982) como un bosque seco Tropical (Tropical dry forest). Se realizaron cuatro salidas de reconocimiento de campo a la nueva ZRAL estableci-

do con anterioridad en el plan de manejo de la Fundación Pro bosque, BPCB donde se implementaría los nuevos senderos. Por medio de evaluación visual se elaboró un listado de los factores bióticos y abióticos existentes en el sitio de estudio (flora, fauna, clima y suelo, entre otros), el análisis histórico hasta la actualidad la nueva ZRAL del lugar, se determinó a través de una entrevista con el guardaparque más antiguo. Para la elaboración del inventario de atractivos turísticos de la nueva ZRAL se usó la metodología establecida por el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2004) donde se clasifica los atractivos turísticos de acuerdo a categoría, tipo, subtipo. A su vez esta clasificación se divide en dos grupos: sitios naturales y de manifestación cultural. Cada lugar fue fotografiado con una Cámara Sony Dsc-hx200v Semi Profesional 60 x 18.2 Mpx 3d Hd. La jerarquización se realizó con un análisis individual de características intrínsecas y extrínsecas de cada atractivo, cada punto encontrado fue geo referenciado con las coordenadas geográficas de los atractivos identificados. Luego se ingresaron todos los datos al sistema de información geográfica (SIG) mediante el programa ArcView 8.3 y se estableció un mapa con la ubicación de los atractivos turísticos.

## RESULTADOS

### Diagnóstico de la zona de estudio

Los antecedentes históricos obtenidos de la entrevista al señor Perfecto Yagual o popularmente conocido como Don "Perfecto", dieron como antecedentes históricos que la mayor parte de los terrenos que ahora conforman el BPCB han sido parte de las antiguas haciendas ganaderas "Palobamba" y "Mapasingue". Según algunos de los más antiguos moradores del sector los terrenos de la antigua hacienda han sido destinados a la tala y explotación de madera de especies como madera negra (*Tabebuia billbergii*), cocobolo (*Cynometra bauhiniifolia*), laurel (*Cordia alliodora*), tillo blanco (*Brosimum alicastrum*), Fernán Sánchez (*Triplaris cumingiana*), entre otras, que son usados como durmientes del ferrocarril y como leña para los hornos de cal. Estos han proporcionado materia prima para una gran actividad económica centrada en la explotación, transporte y exportación de maderas. El fácil acceso a los bosques y la existencia de mano de obra especializada,

posibilitaron el establecimiento de un importante astillero, el árbol especialmente más apreciado era guachapelí (Albizia guachapele) que hoy en día sigue siendo usado en la construcción de canoas y botes pequeños. Tiempo después se establecieron potreros de pasto para el ganado, y en la parte más alta se sembró gramíneas como maíz. Comenzando la década de los 40 se realizó la explotación de piedra caliza en forma artesanal, donde la piedra caliza se la ponía en hornos con leña y se la dejaba a fuego vivo hasta por tres días consecutivos, se dejaba enfriar la piedra y se le añadía agua para que forme la cal, lo cual servía para hacer pastas dentales y pinturas, entre otros. Los antiguos hornos de cal en el centro de visitantes del BPCB son evidencia de la historia del área. Posteriormente se construyó una infraestructura para el uso del público

por parte del dueño de los terrenos, la Cemento Nacional S.A. en ese entonces, actualmente Grupo Holcim. Con el asesoramiento de varios técnicos impulsó la reconstrucción de unos antiguos hornos de cal, la construcción de un anfiteatro y senderos naturales, a más de una cabaña ecológica que ofrece hospedaje para 6 personas, una zona de camping con capacidad para 40 personas. Adicional a todo esto también hay un bar donde se puede comprar refrigerios o comidas rápidas.

**Descripción de los senderos existentes en el BPCB**

En el BPCB hay tres senderos guiados y tres auto guiados, los cuales tienen diferentes tiempos de duración, así como distancia de recorrido, lo cual depende de la topografía del terreno (inclinación o declinación) del sendero (Tabla 1).

**TABLA 1. Características de los senderos presentes en el BPCB.**

Senderos	Tipos	Tiempo de recorrido (minutos)	Distancia (m)
Canoa	Guiados	90	1.177
Buena vista	Guiados	60	1.274
Buena vista Corto	Guiados	90	2.588
Buena vista Largo	Guiados	270	5.096
Avenida las aves	Auto guiados	30	490
Arboles gigantes	Auto guiados	20	500
Etnobotánico	Auto guiados	30	610

Fuente: Con guía ida y venida auto guiado: sin guía por medio de señaléticas.

**Senderos guiados**

El sendero canoa se encuentra en buen estado ya que constantemente ha sido mantenido. Es el de más fácil acceso ya que posee una duración de una hora y media de recorrido y una distancia de 1.177 metros, su principal atractivo es la quebrada Canoa, la cual durante la época de lluvias permanece con abundante agua, junto con la vegetación abundante forman hermosos paisajes. Cuenta con infraestructura que facilita el acceso y disfrute del recorrido, tales como un puente rústico que atraviesa la quebrada Canoa, un mirador, escaleras de piedras y pasamanos. Como sistema de señalización, existen dos indicaciones de orientación en el sendero Canoa, la primera está al inicio del recorrido

donde se indica el nombre del sendero, tiempo de recorrido y distancia a recorrer y la otra señal está en un árbol de ceibo indicando como normativa de conservación que no se puede escribir sobre los árboles. El sendero Buenavista se encuentra ligeramente deteriorado ya que ha sufrido la intervención de las manos enemigas del hombre como es el caso de los cazadores de animales que ingresan a este recorrido a cazar venados de cola blanca (*Odocoileus peruvianus*) y cuchuchos (*Nasua nasua*). Este sendero tiene una hora inicial de caminata, luego de esto el turista llega a una (Y) donde debe elegir el recorrido en Buenavista corta con 2.588 metros de longitud y con un tiempo promedio

de recorrido de una hora y media, mientras que el sendero Buenavista Largo tiene una longitud de 5.096 metros con un tiempo promedio de recorrido de tres horas y media. La infraestructura de apoyo la constituyen dos miradores y escaleras naturales formadas a base de la piedra caliza existente en la zona.

Los dos senderos llegan hasta la parte alta de la montaña. La diferencia entre éstos es la distancia de recorrido. Se pueden observar o escuchar una gran cantidad de aves como trogones (*Trogon mesurus*) y chachalacas (*Ortalis erythroptera*). También a veces se ven mamíferos como los sahinós (*Pecari tajacu*), guatusas (*Agouti paca*), venados de cola blanca (*Odocoileus peruvianus*), cuchuchos (*Nasua nasua*), cabeza de mate (*Eira barbara*) y monos aulladores (*Alouatta palliata*).

Como sistema de señalización se tiene una señal de orientación que se encuentra al inicio del sendero, la cual indica el nombre del sendero, tiempo y distancia a recorrer; también hay cinco señales interpretativas que van ayudar a los guías o a los turistas del BPCB, los cuales se ubican cada 600 y 1.000 metros aproximadamente.

### Senderos autoguiados

Sendero Avenida de las Aves se encuentra a 200 metros de la puerta principal, es un sendero lineal que tiene 490 metros de distancia y el tiempo de recorrido depende de las personas que lo están transitando, pue tiene instalado sillas de bambú en dos lugares de descanso y se han colocado letreros interpretativos con un sistema de preguntas sobre las aves de Cerro Blanco. Este sendero tiene la intención de hacer más dinámica la caminata de los turistas que visitan el bosque hacia el centro de visitantes, ya que pueden caminar por éste y así evitar un poco el sol y el polvo, generado cuando se camina por la vía principal lastrada del BPCB y en ciertos lugares sin cubierta vegetal.

El Sendero de Árboles Gigantes tiene una distancia de 500 metros. El tiempo promedio de recorrido es de 20 minutos y está provisto de letreros interpretativos acerca de flora y fauna del bosque seco tropical, es un sendero que está ubicado entre árboles de ceibo (*Ceiba trichistandra*),

en cuanto a la fauna se puede observar Caciques (*Cacicus cela*), quen-quen (*Cyanocorax mystacalis*), garrapateros (*Crotophaga sulcirostris*), carpinteros (*Campephilus guayaquilensis*), holleros (*Furnarius cinnamomeus*) y una gran cantidad de huellas de venados (*Odocoileus peruvianus*), cabeza de mate (*Eira barbara*).

El Sendero Etnobótico fue designado con ese nombre gracias a la gran presencia de plantas silvestres de uso medicinal. Su entrada se encuentra en el área de camping, este sendero es lineal y conduce al aviario del BPCB, tiene un tiempo de caminata de aproximadamente 30 minutos, con una distancia de 610 metros. A lo largo del recorrido se encuentran letreros que brindan información sobre el uso medicinal que las personas han atribuido a estas especies arbóreas, las especies vegetales que se han utilizado como recurso a interpretar son samán (*Samanea saman*), anona de montaña (*Capparis didymobotrys*), guasmo (*Guazuma ulmifolia*), sasafráz (*Zanthoxylum setulosum*), y bototillo (*Cochlospermum vitifolium*).

### Flora presente en el BPCB

Fueron registradas 514 especies vegetales presentes en la zona del BPCB; numéricamente las familias más predominantes son la Fabacea con 90 especies (18%), seguida de las Asteraceas con 38 especies (7%) y la Poacea de 28 especies (5%), aunque existe poca presencia de géneros pertenecientes a las familia bombacaceae, en número se encuentran gran cantidad de árboles como *Bombacopsis trinensis* (Ceibo macho) *Cavanillesia plantanifolia* E. (Pigüo) *Ceiba trichistandra* E. (Ceibo) y *Pseudobombax guayasense* (Beldaco) los cuales son muy característicos de los bosques secos tropicales. Así también, una de las especies usadas durante décadas son el *Sapindus saponaria* (Jaboncillo) perteneciente a la familia Sapindaceae usado popularmente para lavar ropa y elaborar jabones, *Guasuma ulmifolia* (guasmo) de la familia de las Esterculaceae, siendo esta especie muy típica de las zonas circundantes de la ciudad de Guayaquil y por ello existen barrios con ese nombre, *Vitex gigantea* (pechiche) perteneciente a las Verbenaceae el cual se usa sus frutos para la elaboración de dulces y mermeladas (Tabla 2).

**TABLA 2. Flora presente en el BPCB.**

**Acanthaceae**

*Blechnum pyramidatum*  
*Aphelandra glabrata* (E)  
*Aphelandra guayasii* (E)  
*Beloperone gutata*  
*Carlownrightia ecuadoriana* (E)  
*Dicliptera multiflora*  
*Dyschoriste ciliata*  
*Elytraria imbricata*  
*Justicia brandegea*  
*Pseuderanthemum idroboi*  
*Ruellia floribunda*  
*Ruellia malacosperma*  
*Sanchezia parviflora*  
*Tetranium nervosum*  
*Aphelandra glabrata* (E)  
*Aphelandra guayasii* (E)  
*Carlownrightia ecuadoriana* (E)  
*Dicliptera multiflora*  
*Dyschoriste ciliata*  
*Elytraria imbricata*  
*Justicia brandegea*  
*Pseuderanthemum idroboi*

**ANNONACEAE**

*Annona muricata* L. (E)  
*Malmea lucida* diles (E)  
*Raimondia quiduensis* var. *Latifolia*

**ALIMATACEAE**

*Echinodorus paniculatis*  
*Sagittaria latifolia* Willd

**BIGNONIACEAE**

*Macfadyena unguis - cati* (E)  
*Amphilophium ecuadorensis*  
*Amphilophium paniculatum*  
*Anemopaegma chrysanthum*  
*Anemopaegma puberulum*  
*Arrabidaea candicans*  
*Arrabidaea corallina*  
*Arrabidaea pubescens*  
*Crescentia cujete*  
*Cydista decora*  
*Spathodea campanulata*  
*Jacaranda mimosifolia*  
*Lundia corymbifera*  
*Macfadyena unguis - cati* (E)  
*Macranthisiphom longiflorus*  
*Mansoa Hymenaea*

**Amaranthaceae**

*Alternanthera halimifolia*  
*Alternanthera pubiflora*  
*Alternanthera villosa*  
*Amaranthus dubius*  
*Amaranthus spinosus*  
*Chamissoa altissima*  
*Gomphrena globosa*  
*Gomphrena serrata*  
**AMARYLLIDACEA**  
*Bomarea Mirb*  
*Crinum erubens*  
*Crinum zelandicum* (E)  
*Eurocrosia brachyandra*  
*Eurocrosia stricklandii*  
*Hippeastrum peniceum*  
*Leptochiton quitoensis*

**ANACARDIACEAE**

*Mangifera indica*  
*Mauria heterophylla*  
*Spondias mombin*  
*Spondias purpurea* L.

**ARACEAE**

*Dieffenbachia sodiroi*  
*Croat Monstera Adams* (E)  
*Philodendron mexicanum*  
*Philodendron Selloum*  
*Pistia stratiotes*  
*Syginium podophyllum*

**BOMBACACEAE**

*Bombacopsis trinensis*  
*Cavanillesia plantanifolia* (E)  
*Ceiba trichistandra* (E)  
*Eriotheca ruizii*  
*Matisia cordata*  
*Ochroma pyramidale* (E)  
*Pseudobombax guayasense*

**BORAGINACEAE**

*Cordia alliodora*  
*Cordia collococca*  
*Cordia hebeclada* (E)  
*Cordia lutea* (E)  
*Cordia macrantha*  
*Cordia polyantha*  
*Heliotropium curassavicum*  
*Heliotropium indicum*  
*Heliotropium rufipilum*

**Arecaceae**

*Bactris setulosa*  
**APOCYNACEAE**  
*Aspidosperma jaunachense*(E)  
*Aspidosperma ulei*  
*Catharanthus roseus*  
*Fosteronia* G.  
*Subsagittata Nerium oleander* L.

*Plumeria rubra*  
*Pestronia mollis*  
*Pestronia tomentosa*  
*Rauwolfia tetraphylla*  
*Stemmadenia obovata*

**ASCLEPIADACEAE**

*Asclepias curassavica* L.  
*Macrosepsis hirsuta*  
*Macrosepsis urceolata*  
*Marsdenia ecuadorensis*

**ASTERACEAE**

*Adenostemma platyphyllum*  
*Baltimora recta* (E)  
*Barnadesia lehmannii*  
*Blumea viscosa*  
*Brickellia diffusa*  
*Chromolaena odorata*  
*Chromolaena roserum*  
*Condylidium iresinoides*  
*Conyza bonariensis*  
*Cyanthillium cinereum*  
*Delillia biflora*  
*Dendranthema indicum*  
*Eclipta prostrata*  
*Emilia fosbergii*  
*Enydra fluctuans*  
*Erigeron* L.  
*Eupatotium* L. (E)  
*Isocarpha microcephala*  
*Lagascea mollis* *Liabum* (E)  
*Liabum eggertii*  
*Lycoseris trinervis*  
*Mikania cordifolia* (E)  
*Mikania ecuadorensis*  
*Pappobolus* S.F.  
*Pluchea carolinensis*  
*Pseudognoxys scabra*  
*Schizoptera peduncularis*  
*Senecio*

*Paragonia pyramidata*

*Pithecoctenium crucigerum* (E)

*Tabebuia billbergii* subsp. *ampla*

*Tabebuia chrysantha* Subsp. *chrysantha*

*Tabebuia rosea*

*Tecoma castanifolia*

*Tecoma weberbaueriana*

#### **BROMELIACEAE**

*Pitcairnia unilateralis*

*Tillandsia complanata*

*Tillandsia flagellata*

*Tillandsia monadelph*

*Tillandsia multiflora*

*Tillandsia triglochinooides*

*Tillandsia usneoides*

*Vriesea barclayana*

#### **CHENOPODIACEAE**

*Chenopodium ambrosioides*

#### **COMMELINACEAE**

*Callisia cordifolia*

*Commelina diffusa*

*Commelina coelestis*

*Commelina erecta*

*Commelina* L.

*Rhoeo spathacea*

#### **CONVOLVULACEAE**

*Turbina* Raf.

*Convolvulus nodiflorus*

*Cuscuta americana*

*Ipomoea asarifolia*

*Ipomoea carnea* subsp. *fistulosa*

*Ipomoea hederifolia* L.

*Ipomoea meyeri*

*Ipomoea nil*

*Ipomoea ophioides*

*Ipomoea trifida*

*Merremia aegyptia*

*Merremia umbellata*

*Operculina codonantha*

*Operculina hamiltonii*

*Turbina abutiloides*

#### **ERYTHROXYLACEAE**

*Erythroxylum patens*

#### **FABACEAE**

*Acacia macracantha*

*Tounerfotia maculata*

*Tounerfotia scabrida*

*Tounerfotia volubilis*

#### **BURSERACEAE**

*Bursera graveolens*

#### **CACTACEAE**

*Cereus cartwrightianus*

*Hylocereus polyrhizus*

#### **CAPPARACEAE**

*Capparis angulata* (E)

*Capparis ecuadorica*

*Capparis flexuosa* subsp.

*lanceolata*

*Capparis frondosa*

*Capparis heterophylla*

*Capparis petiolaris*

*Cleome parviflora* subsp.

*psoralaeifolia*

*Cleome pilosa*

#### **CHRYSOBALANACEAE**

*Licania Aubl.*

#### **COCHLOSPERMACEAE**

*Cochlospermum vitifolium*

#### **CUCURBITACEAE**

*Cayaponia* A.

*Citrillus lanatus*

*Cucumis dipsaceus*

*Cucumis* L.

*Cucurbita* L.

*Cucurbita moschata*

*Cyclanthera explodens*

*Echinopepon Naudin*

*Gurania Melothria hookeri*

*Momordica Charantia*

#### **DICHAPETALACEAE**

*Dichapetalum*

*asplundeanum*(E)

*Dichapetalum froesii*

#### **EUPHORBIACEAE**

*Acalypha diversifolia*

*Acalypha hispida*

*Acalypha subcastrata*

*Chamaesyce hirta*

*Chamaesyce hypericifolia*

*Chamaesyce lasiocarpa*

*Croton eggesii*

*Croton lechleri*

*Croton rivinifolius*

*Spilanthes Jacq.*

*Spilanthes ocyimifolia*

*Struchium sparganophorum*

*Tridax procubens* (E)

*Trixis antimenorrhoea* (E)

*Verbesina eggersii*

*Verbesina Pentantha*

*Vernonanthura patens*

*Vernonia cinerea*

*Wedelia grandiflora*

#### **CARICACEAE**

*Carica papaya*

*Carica parviflora* (E)

#### **CECROPIACEAE**

*Cecropia litoralis* (E)

#### **CELASTRACEAE**

*Cecropia litoralis* (E)

*Maytenus ebenifolia* (E)

*Maytenus octogona*

#### **COMBRETACEAE**

*Combretum decadrum* (E)

*Combretum pavonii* (E)

*Terminalia valverdeae*

#### **CYPERACEAE**

*Cyperus alternifolius*

*Cyperus esculentus*

*Cyperus iria*

*Cyperus luzulae*

*Cyperus panamensis*

*Cyperus rotundus*

*Eleocharis geniculata*

*Rhynchospora Vahl*

#### **DIOSCOREACEAE**

*Dioscorea pilcomayensis*

#### **EBENACEAE**

*Diospyros inconstans*

#### **ELAEOCARPACEAE**

*Muntigia calabura*

#### **FLACOURTIACEAE**

*Casearia aculeata* (E)

*Prockia pentamera Xylosma*

#### **GESNERIACEAE**

*Episcia cupreata*

#### **HIPPOCRATEACEAE**

*Elachyptera floribunda* (E)

*Salacia*

*Acacia multipinnata*  
*Acacia paniculata*  
*Acacia riparia*  
*Acacia tenuifolia*  
*Aeschynomene americana*  
*Aeschynomene sensitiva (E)*  
*Aeschynomene tumbezensis*  
*Albizia multiflora* *Albizia*  
*Pistacifolia Alysicarpus vaginalis (E)*  
*Bauhinia aculeata subsp. grandiflora (E)*  
*Bauhinia seminariioi (E)*  
*Caesalpinia paipai*  
*Caesalpinia pulcherrima*  
*Canavalia brasiliensis*  
*Canavalia rosea*  
*Canavalia villosa*  
*Cassia fistula*  
*Cassia javanica (E)*  
*Centrolobium ochroxylum*  
*Centrosema plumieri*  
*Centrosema pubescens*  
*Centrosema virginianum*  
*Chaetocalyx latisiliqua*  
*Chamaescrita nictitans (E)*  
*Clitoria andrei (E)*  
*Clitoria Brachystegia*  
*Clitoria ternatea*  
*Cojoba rufescens*  
*Courtesia caribaea*  
*Crotalaria incana*  
*Crotalaria pallida*  
*Crotalaria pumila*  
*Crotalaria retusa*  
*Cynometra bauhiniifolia*  
*Dalea cliffortiana*  
*Desmodium distortum*  
*Desmodium eppigianum*  
*Desmodium scorpiurus*  
*Desmodium tortuosum*  
*Entada polystachya*  
*Erythrina fusca (E)*  
*Erythrina velutina*  
*Geoffroea spinosa (E)*  
*Gliricidia brenningii*  
*Gliricidia sepium* *Indigofera*  
*Inga manabiensis (E)*  
*Inga edulis*  
*Inga sapindoides*

*Dalechampia scandens*  
*Euphorbia graminea*  
*Euphorbia heterophylla*  
*Euphorbia L.*  
*Euphorbia Lactea*  
*Jatropha curcas*  
*Manihot brachyloba*  
*Margaritaria nobilis*  
*Pedilanthus tithymaloides*  
*Ricinus communis*  
*Sapium laurifolium*  
**LILIACEAE**  
*Smilax lappacea*  
**LOASACEAE**  
*Mentzelia aspera L.*  
**LOGANIACEAE**  
*Buddleja americana*  
**LORANTHACEAE**  
*Phoradendron quadrangulare*  
*Phthirusa retroflexa*  
*Struthanthus chordocladus*  
**MELASTOMATACEAE**  
*Miconia gracilis*  
*Miconia laevigata*  
**MELIACEAE**  
*Cedrela odorata*  
*Guarea glabra*  
*Trichillia elegans*  
*Trichillia elegans subs. elegans*  
*Trichillia hirta*  
**MENISPERMACEAE**  
*Cissampelos grandifolia*  
*Cissampelos pareira*  
*Disciphania ernstii (E)*  
*Disciphania juliflora*  
**NYCTAGINACEAE**  
*Boerhavia coccinea*  
*Boerhavia difusa*  
*Boerhavia erecta*  
*Bougainvillea Comm.*  
*Cryptocarpus pyriformis*  
*Mirabilis violaceae*  
*Nee sp.*  
*Pisonia aculeata*  
*Pisonia macranthocarpa*  
**OLACACEAE**  
*Schoepfia cshreberi*  
*Ximenia americana*

**LAMIACEAE**  
*Hyptis pectinata*  
*Scutellaria agrestis*  
**LAURACEAE**  
*Nectandra martinicensis*  
*Nectandra purpurea*  
*Ocotea veraguensis*  
**LECYTHIDACEAE**  
*Gustavia angustifolia (E)*  
*Gustavia pubescens (E)*  
**MALPIGHIACEAE**  
*Bunchosia Rich Hiraera*  
*Malpighia retusa*  
*Stigmaphyllon ellipticum (E)*  
*Stigmaphyllon nudiflorum*  
*Stigmaphyllon ovatum*  
**MALVACEAE**  
*Abutilon dispermun (E)*  
*Abutilon multiflorum (E)*  
*Abutilon reflexum (E)*  
*Abutilon virgatum*  
*Bastardia viscosa*  
*Gossypium barbadense*  
*Malachra humilis*  
*Malvastrum tomentosum*  
*Malvaviscus concinnus*  
*Pavonia mollis*  
*Sida glabra*  
*Sida hederifolia*  
*Sida javensis*  
*Sida rhombifolia*  
*Sida spinosa*  
**MORACEAE**  
*Brosimun alicastrum subs. bolivarensis*  
*Brosimun alicastrum*  
*Dorstenia contrajerva*  
*Ficus citrifolia*  
*Ficus maxima*  
*Ficus gomelleira*  
*Ficus jacobii*  
*Ficus microcarpa*  
*Ficus obtusifolia*  
*Ficus velutina (E)*  
*Sorocea sprucei*  
**MUSACEAE**  
*Heliconia hirsuta*  
*Heliconia psittacorum*  
**MYRSINACEAE**

*Leucaena leucocephala*  
*Leucaena trichodes*  
*Lonchocarpus atropurpureus*  
*Machaerium Capote (E)*  
*Machaerium millei*  
*Macroptilium lathyroides*  
*Macroptilium longepedunculatum*  
*Macroptilium Benth*  
*Mimosa acantholoba*  
*Mimosa albida*  
*Mimosa debilis (E)*  
*Mimosa debilis var. aequatoriana*  
*Mimosa pigra*  
*Myrotilon peruiferum*  
*Mucuna pruriens*  
*Neptunia oleracea*  
*Neptunia plena*  
*Pachyrhizus palmatibolus*  
*Parkinsonia aculeata*  
*Phaseolus lunatus var. lunatus*  
*Piscidia carthagenensis*  
*Pithecellobium excelsum*  
*Pouretia punctata*  
*Prosopis juliflora*  
*Pseudosamanea guachapele*  
*Rhynchosia calycosa*  
*Rhynchosia minima*  
*Samanea saman*  
*Samanea tubulosa*  
*Senna bicapsularis (E)*  
*Senna bicapsularis var. augusti*  
*Senna bicapsularis var. bicapsularis*  
*Senna mollissima*  
*Senna mollissima var. mollissima*  
*Senna obtusifolia*  
*Senna oxyphylla (E)*  
*Senna oxyphylla var. hartwegii*  
*Senna pilifera*  
*Senna pistaciifolia*  
*Senna pistaciifolia var. picta*  
*Senna siamea*  
*Sesbainia emerus*  
*Teramnus uncinatus*  
*Teramnus volubilis*  
*Vigna luteola*  
*Vigna peduncularis*  
*Vigna unguiculata*  
*Zapoteca caracasana*

**ONAGRACEAE**

*Ludwigia leptocarpa*  
*Ludwigia octovalvis*

**OPILIACEAE**

*Agonandra*

**OXALIDACEAE**

*Oxalis jasminifolia*  
*Oxalis microcarpa*

**PASSIFLORACEAE**

*Passiflora edulis*  
*Passiflora filipes*  
*Passiflora foetida (E)*  
*Passiflora macrophylla*  
*Passiflora morifolia*  
*Passiflora punctata*  
*Passiflora resticulata*  
*Passiflora rubra*  
*Passiflora rubra Vell (E)*  
*Passiflora sprucei*  
*Passiflora suberosa (E)*  
*Passiflora tenella*

**PLUMBAGINACEAE**

*Plumbago scandens*

**POACEAE**

*Cenchrus brownii*  
*Chloris inflata*  
*Chloris radiata*  
*Dactyloctenium aegyptium*  
*Dichanthium aristatum*  
*Digitaria bicornis*  
*Echinochloa colona*  
*Eleusine indica*  
*Eragrostis ciliaris*  
*Eriochloa pacifica*  
*Eriochloa stevensii*  
*Ichnanthus oplismenoides*  
*Lasiacis ruscifolia*  
*Lasiacis sorghoidea*  
*Leersia hexandra*  
*Leptochloa virgata*  
*Olyra latifolia*  
*Oplismenus hirtellus*  
*Panicum hirticaule*  
*Panicum maximum*  
*Paspalum cognatissimum*  
*Paspalum macropodium*  
*Paspalum racemosum*  
*Pennisetum occidentale*

*Ardisia Geissanthus*

**MYRTACEAE**

*Eucalyptus alba*  
*Eucalyptus camaldulensis*  
*Eugenia florida Myrcia (E)*  
*Psidium aff acutangulum*

**ORCHIDACEAE**

*Aspasia psitticina*  
*Brassavola grandiflora (E)*  
*Cattleya maxima (E)*  
*Cycnoches lehmannii (E)*  
*Dimerandra rimbachii (E)*  
*Encyclia aspera (E)*  
*Epipedrum bracteolatum (E)*  
*Lockhartia serra*  
*Notylia replicata (E)*  
*Oncidium planilabre*  
*Oncidium Sw. (E)*  
*Stelis Sw.*

**PHYTOLACCACEAE**

*Achatocarpus pubescens (E)*  
*Hillieria latifolia*  
*Hillieria secunda*  
*Petiveria alliacea*

*Trichostigma octandrum*

**PIPERACEAE**

*Peperomia Piper amalago*  
*Piper dilatatum*  
*Piper eriopodon*  
*Piper marginatum*  
*Piper peltatum*  
*Piper sancti - felicis*  
*Piper tuberculatum*

**PTERIDOPHYTA**

*Acrostichum danaeifolium*  
*Adiantum alarconianum*  
*Adiantum concinnum*  
*Adiantum henslovianum*  
*Adiantum l.*  
*Adiantum petiolatum*  
*Adiantum raddianum*  
*Adiantum tetraphyllum*  
*Azolla caroliniana*  
*Blechnum occidentale*  
*Blechnum serrulatum*  
*Lygodium venustum*  
*Marsilea ancylopoda*  
*Nephrolepis cordifolia*

*Zapoteca caracasana* subs. *weberbaueri*

*Zapoteca portoricensis* subs. *flavida*

*Zornia thymifolia*

**PUNICACEAE**

*Punica granatum*

**POLYGALACEAE**

*Polygala platycarpa*

*Securidaca coriacea*

**POLYGONACEAE**

*Antigonon leptopus*

*Coccoloba mollis*

*Coccoloba obovata*

*Triplaris cumingiana*

**PORTULACACEAE**

*Portulaca umbraticola*

*Talinum paniculatum*

**RHAMNACEAE**

*Scutia spicata*

*Ziziphus thyrsoiflora*

**RHIZOPHORACEAE**

*Rhizophora harrisonii*

**ROSACEAE**

*Rubus* L.

**RUTACEAE**

*Citrus* L. (E)

*Erythrochiton giganteus*

*Zanthoxylum fagara*

*Zanthoxylum setulosum*

**SAPOTACEAE**

*Chrysophyllum argenteum* subsp.

*panamense*

*Chrysophyllum caimito* Pouteria Aubl (E)

*Pradosia montana*

**SCROPHULARIACEAE**

*Scoparia dulcis*

*Stemodia durantifolia*

**VERBENACEAE**

*Aegiphila glomerata* (E)

*Aloysia dodsoniorum*

*Avicennia germinans* (E)

*Citharexylum quitense*

*Clerodendrum molle*

*Cornutia microcalycina*

*Cornutia pyramidata*

*Pennisetum peruvianum*

*Rhynchelytrum repens*

*Sporobolus tenuissimus*

*Syntherisma aequatoriensis*

**RUBIACEAE**

*Alseis eggersii* (E)

*Alseis peruviana* (E)

*Chiococca alba*

*Coffea arabica*

*Coutarea hexandra*

*Ixora chinensis*

*Ixora finlaysoniana* Palicourea

Aubl

*Psychotria horizontalis*

*Psychotria microdon*

*Psychotria tenuifolia*

*Randia aculeata*

*Randia espinosa*

*Simira ecuadorensis*

**SOLANACEAE**

*Acnistus arborescens*

*Acnistus frutescens*

*Browallia americana*

*Browallia elata*

*Browallia viscosa*

*Capsicum rhomboideum*

*Cestrum auriculatum*

*Exodeconus maritimus* (E)

*Lycopersicon glandulosum*

*Physalis pubescens*

*Solanum candidum*

*Solanum caripense*

*Solanum confertiseriatum*

*Solanum hazenii*

*Solanum rudepannum*

*Solanum umbellatum*

**STERCULIACEAE**

*Ayenia aliculata*

*Byttneria aculeata*

*Byttneria catalpaefolia*

*Byttneria glabrescens*

*Byttneria parviflora*

*Guazuna ulmifolia*

*Melochia lupulina*

*Nephrolepis exaltata*

*Niphidium crassifolium*

*Pityrogramma calomelanos*

*Polypodium bombycinum*

*Selaginella silvestris*

*Thelypteris hispidula* var.

*versicolor*

*Thelypteris patens* var.

*scabriuscula*

*Thelypteris serrata*

**SABIACEAE**

*Meliosma herbertii*

**SANTALACEAE**

*Acanthosyris glabrata* (E)

**SAPINDACEAE**

*Allophylus racemosus* subsp.

*racemosus*

*Cardiospermum halicacabum*

*Cupania americana* subs. *latifolia*

*Cupania cinerea*

*Paullinia buricana*

*Paullinia fuscescens*

*Paullinia serjaniaefolia* (E)

*Paullinia tumbesensis*

*Sapindus saponaria*

*Serjania brevipes*

*Serjania grammatophora*

*Serjania longipes*

*Serjania mucronulata*

*Serjania rhombea* Thinouia

**THEOPHRASTACEAE**

*Clavija pungens* (E)

*Jacquinia pubescens* (E)

**TILIACEAE**

*Corchorus aestuans*

*Corchorus hirtus*

*Corchorus orinocensis*

*Triumfetta bogotensis*

*Triumfetta grandiflora*

*Triumfetta semitriloba*

**ULMACEAE**

*Celtis iguaneae*

*Trema micrantha*

**URTICACEAE**

*Bohemeria Pilea microphylla*

*Urera baccifera*



*Lantana cujabensis*  
*Lantana glutinosa*  
*Lantana scabiosiflora* (E)  
*Lantana svensonii*  
*Lippia alba*  
*Petrea volubilis*  
*Phyla strigulosa*  
*Priva lappulacea* (E)  
*Vitex gigantea*

**TROPAEOLACEAE**

*Tropaeolum* L.

**TURNERACEAE**

*Turnera pumilea*

**TYPHACEAE**

*Typha domingensis*

**VITACEAE**

*Cissus sicyoides*

*Vitis tiliifolia*

**VIOLACEAE**

*Hybanthus attenuatus*

*Rinorea deflexa*

*Rinorea pubiflora*

*Rinorea viridifolia*

**ZINGIBERACEAE**

*Alpinia purpurata*

*Costus guanaiensis* var. *tarmicus*

**Fauna presente en el BPCB**

Con respecto a la fauna se registraron 53 especies de mamíferos, de los cuales 24 especies pertenecen al Orden Chiroptera (Tabla 3). Durante las diferentes salidas de campo se pudo observar e incluso ver pisadas de venados (*Mazama americana* y *Odocoileus peruvianus*), armadillo común (*Dasyus novemcinctus*), monos aulladores (*Alouatta palliata*), micos (*Cebus albifrons*), guatusa (*Dasyprocta punctata*), se evidencia la presencia de dos especies endémicas de ardillas, sabanera de Guayaquil (*Sciurus stramineus*) y ardilla rojiza de occidente (*Sciurus granatensis*), siendo estas especies las más comunes de observar en las salidas. La presencia de “pozas” de agua permanentemente que se forman durante la estación seca (julio -diciembre) en las quebradas, son importantes para muchas especies de mamíferos y otros animales, especialmente los murciélagos (*Glossophaga*, *Sturnira* sp. y *Artibeus* sp.) que frecuentan las quebradas en búsqueda de agua y comida. Existe el registro de 219 especies de aves de las cuales 43 son endémicos de la zona de Endemismo Tumbesino del suroeste del Ecuador, noroeste del Perú,

Adicionalmente, en cuatro áreas protegidas existentes a nivel nacional, éstas albergan doce especies de aves globalmente amenazadas. El BPCB tiene nueve, tales como el Gavilán dorsigris (*Leucopternis occidentalis*), paloma vientriocracea (*Leptotila ochraceiventris*), jilguero azafranado (*Carduelis siemiradzkii*), colaespina colanegra (*Synallaxis tithys*), rascahojas capuchirrufa (*Hylocryptus erythrocephalus*), mosquerito pechigris (*Lathrotriccus griseipectus*), mosquero real (*Onychorhynchus occidentalis*), Chachalaca cabecirrufa (*Ortalis erythroptera*) y papagayo de Guayaquil (*Ara ambiguus guayaquilensis*). Un aspecto relevante de la avifauna del sector es la diversidad de es-

pecies de aves rapaces, incluso 15 especies de gavilanes y elanios, así también seis especies de halcones.

La herpetofauna marca una determinada importancia ya que solo en anfibios se pueden observar cuatro grupos principales; las ranas de árbol de las familias Hylidae y Leptodactylidae que se encuentran generalmente en la vegetación arbórea y arbustiva y/o cerca de pozas o riachuelos, generalmente son de actividad nocturna, especies características de esta zona son *Trachycephalus jordani* y *Leptodactylus labrosus*. Además se encontró el género *Phyllaemula* (ranas bullangueras), que son ranas que viven asociadas a pozas pequeñas; sapos terrestres de la familia Bufonidae, los más comunes son el *Bufo marinus* y *Bufo margaritifera* que es más pequeño que el anterior y habita en la hojarasca. Las ranas de la familia Dendrobatidae del género *Colostethus* son de coloración generalmente café oscura y son poco tóxicos, existen por lo menos dos especies en esta familia, es común observarlas cantando durante el día en las inmediaciones de la quebrada del sendero Canoa.

En cuanto a reptiles existen cuatro familias de importancia donde los Boidae se caracterizan por su considerable tamaño, estos pueden llegar a medir hasta 4,5 metros de largo, se les llama boas o matacaballos (*Boa constrictor imperator*). Los Colubridae son culebras comunes vulgarmente llamadas como lisas, sobrecamas y cordoncillos, las cuales presentan coloraciones entre verde y café, algunas pueden ser negras como la chonta (*Clelia clelia*), se apreciaron otras de colores vivos consideradas como falsas corales; otra familia temida por su veneno hemolítico son las viperidae de las cuales se presenta en el área de estudio la Víbora o nombrada también como “equis”

(Bothrops asper), se avistó vivoras dentro de las consideradas altamente venenosas algunas como Elapidae, representadas por las corales que poseen veneno neurotóxico. Por último se avisó reptiles de la familia de los Saurios de tres grupos, las lagartijas arborícolas que incluyen especies como la iguana verde (Iguana iguana), el falso camaleón (Polychrus gutturosus spurelli) y lagartijas

arbóreas (Anolis gracilipes), las lagartijas terrestres como las lagartijas de vistosos colores (Ameiva edracantha y Ameiva septemlineata) que se encuentran en los bordes de los caminos, y por ultimo las lagartijas trepadoras (Geckonidae), tenemos especies representativas como salamanquesa común (Phyllodactylus reissii) y Gonatodes caudiscutatus.

**TABLA 3. Mamíferos y aves presentes en el BPCB.**

Agoutidae	Dasyproctidae	Emballonuridae
	<b>Mamíferos</b>	
<i>Agouti paca</i>	<i>Dasyprocta punctata</i>	<i>Saccopterix bilineata</i>
<b>CANIDAE</b>	<b>DASYPODIDAE</b>	<b>ERENTHIZONTIDAE</b>
<i>Pseudolopex sechurae</i>	<i>Dasyopus novemcinctus</i>	<i>Coendou rothschildi</i>
<b>CEBIDAE</b>	<b>DIDELPHIDAE</b>	<b>LEOPARIDAE</b>
<i>Allouatta palliata</i>	<i>Didelphis albiventris</i>	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>
<i>Cebus albifrons</i>	<i>Didelphis marsupialis</i>	<b>MURIDAE</b>
<b>CERVIDAE</b>	<i>Philander opossum</i>	<i>Oryzomys caliginosus</i>
<i>Manzama americana</i>	<i>Marmosa sp.</i>	<i>Oryzomys xantheolus</i>
<i>Odocoileus virginianus</i>	<b>EDENTATA</b>	<b>MUSTELIDAE</b>
<b>ECHIMYDAE</b>	<i>Choloepus haffmani</i>	<i>Eira barbara</i>
<i>Proechimys sp.</i>	<i>Bradypus variegatus</i>	<i>Galictis vittata</i>
<i>Proechimys decumanus</i>	<b>MOLOSSIDAE</b>	<i>Mustela frenata</i>
<b>PHYLLOSTOMIDAE</b>	<i>Molossus molossus</i>	<b>NOCTILIONIDAE</b>
<i>Carollia castanea</i>	<b>MYRMECOPHOGIDAE</b>	<i>Noctilio leporinus</i>
<i>Carollia perspicillata</i>	<i>Tamandua mexicana</i>	<b>SCIURIDAE</b>
<i>Desmodus rotundus</i>	<i>Myrmecophaga tetradactyla</i>	<i>Sciurus stramineus</i>
<i>Uroderma bilobatum</i>	<b>PROCYONIDAE</b>	<i>Sciurus granatensis</i>
<i>Artibeus sp.</i>	<i>Nasua narica</i>	<b>VESPERTILIONIDAE</b>
<i>Artibeus litoratus</i>	<i>Procyon cancrivorus</i>	<i>Myotis nigricans</i>
<i>Artibeus jamaicensis</i>	<i>Potos flavus</i>	<i>Myotis riparius</i>
<i>Atibeus fraterculus</i>	<b>TAYASSUIDAE</b>	<i>Lasiurus borealis</i>
<i>Chiroderma villosum</i>	<i>Pecari tajacu</i>	
<i>Platyrrhinus helleri</i>	<b>FELIDAE</b>	
<i>Enchisthenes hartii</i>	<i>Puma concolor</i>	
<i>Lonchophylla robusta</i>	<i>Leopardus pardalis</i>	
<i>Sturnira spp.</i>	<i>Leopardus wiedii</i>	
<i>Sturnira lilium</i>	<i>Herpailurus yagouarundi</i>	
<i>Phyllostomus hastatus</i>	<i>Panthera onca</i>	
<i>Lonchophylla spp.</i>		
<i>Glossophaga soricina</i>		
	<b>Aves</b>	
<b>ACCIPITRIDAE</b>	<b>ALCEDINIDAE</b>	<b>APODIDAE</b>
<i>Gampsonyx swainsonii</i>	<i>Ceryle torquata</i>	<i>Chaetura brachyura</i>
<i>Ictinia plumbea</i>	<i>Chloroceryle americana</i>	<i>Chaetura cinereiventris</i>
<i>Rostrhamus sociabilis</i>	<i>Chloroceryle aenea</i>	<i>Streptoprocne zonaris</i>

*Harpagus bidentatus*  
*Chondrohierax uncinatus*  
*Asturina nitida*

**BUCCONIDAE**

*Notharchus macrorhynchos*

**CATHARTIDAE**

*Cathartes aura*  
*Coragyps atratus*  
*Sarcoramphus papa*

**CARDINALINAE**

*Saltator maximus*  
*Saltator albicollis*  
*Pheucticus chrysogaster*

**COTINGIDAE**

*Pachyramphus homochrous*  
*Pachyramphus albogriseus*  
*Pachyramphus cinnamomeus*  
*Pachyramphus spodiurus*

**CUCULIDAE**

*Crotophaga ani*  
*Crotophaga sulcirostris*  
*Tapera naevia*  
*Piaya cayana*  
*Coccyzus lansbergi*  
*Coccyzus americanus*

**FORMICARIIDAE**

*Taraba major*  
*Sakesphorus bernardi*  
*Dysithamnus mentalis*  
*Pyriglena pacifica*

*Grallaria watkinsi*

**HIRUNDINIDAE**

*Notiochelidon cyanoleuca*  
*Progne chalybea*  
*Stelgidopteryx ruficollis*

**ICTERIDAE**

*Cacicus cela*  
**Subfamilia ICTERINAE**

*Dives warszewiczi*  
*Molothrus bonariensis*  
*Sturnella bellicosa*  
*Icterus mesomelas*  
*Icterus graceannae*  
*Amblycercus holosericeus*  
*Scaphidura oryzivora*  
*Psarocolius angustifrons*

**ANATIDAE**

*Dendrocygna autumnalis*

**CAPRIMULGIDAE**

*Nyctidromus albicollis*  
*Caprimulgus anthony*  
*Chordeiles acutipennis*

**CARDUELINAE**

*Carduelis siemiradzkii*

**CHARADRIIDAE**

*Acittis macularia*  
*Chanadrius vociferus*  
*Tringa melanoleuca*

**COEREBINAE**

*Coereba flaveola*

**CORVIDAE**

*Cyanocorax mystacalis*

**CRACIDAE**

*Ortalis erythroptera*  
*Penelope purpurescens*

**EMBERIZINAE**

*Sporophila americana*  
*Sporophila peruviana*  
*Sporophila telasco*  
*Sicalis flaveola*  
*Rhodospingus cruentus*  
*Volatinia jacarina*  
*Arremon abeillei*

**FREGATIDAE**

*Fregata magnificens*

**Familia FURNARIIDAE**

**Subfamilia**

**DENDROCOLAPTINAE**

*Dendrocinela fuliginosa*  
*Campylorhynchus trochilirostris*  
*Lepidocolaptes souleyetii*  
*Sittasomus griseicapillus*

**MIMIDAE**

*Mimus longicaudatus*

**MOMOTIDAE**

*Momotus momota*

**PANDIONIDAE**

*Pandion haliaetus*

**PELECANIDAE**

*Pelecanus occidentalis*

**PHALACROCORACIDAE**

*Phalacrocorax olivaceus*

**PHASIANIDAE**

*Odontophorus erythrops*

*Panyttila cavennenses*

**ARDEIDAE**

*Egretta alba*  
*Ardea cocoi*  
*Egretta thula*  
*Bubulcus ibis*  
*Butorides striatus*

**COLUMBIDAE**

*Claravis pretiosa*  
*Columba cayennensis*  
*Columba livia*  
*Columbina buckleyi*  
*Columbina cruziana*  
*Zenaida asiatica*  
*Leptotila verreauxi*  
*Leptotila ochraceiventris*  
*Leptotila pallida*

**EMBERIZIDAE**

*Hemithraupis guira*  
*Conothraupis speculigera*

**FALCONIDAE**

*Polyborus plancus*  
*Herpetotheres cachinnans*  
*Micrastur semitorquatus*  
*Micrastur ruficollis*  
*Daptrius americanus*  
*Falco rufigularis*  
*Falco peregrinus*  
*Falco columbarius*  
*Falco sparverius*

**HELIORNITHIDAE**

*Heliornis fulica*  
*Mycteria americana*

**NYCTIBIIDAE**

*Nyctibius griseus*

**PARULIDAE**

*Parula pitiayumi*  
*Setophaga ruticilla*  
*Seiurus noveboracensis*  
*Basileuterus fraseri*  
*Geothlypis aequinoctialis*  
*Geothlypis auricularis*

**PSITTACIDAE**

*Amazona autumnalis lilacina*  
*Aratinga erythrogenys*  
*Brotogetis pyrrhopterus*

*Dolichonyx oryzivorus*

**Familia TYRANNIDAE**

**Subfamilia TYRANNINAE**

*Muscigralla brevicauda*

*Tyrannus savana*

*Megarhynchus pitangua*

*Myiodynastes maculatus*

*Myiodynastes bairdii*

*Myiozetetes cayanensis*

*Myiarchus phaeocephalus*

*Myiarchus tuberculifer*

*Lathroticcus griseipectus*

*Myiophobus fasciatus*

*Onychorhynchus occidentalis*

*Todirostrum cinereum*

*Euscarthmus meloryphus*

*Myiopagis subplacens*

*Elaenia flavogaster*

*Phaeomyias murina*

*Camptostora obsoletum*

*Leptopogon superciliaris*

*Pipromorpha oleaginea*

*Conopias parva*

*Lophotriccus pileatus*

*Tolmomyias sulphurescens*

*Contopus cinereus*

*Fluvicola nengeta*

*Myiozetetes similis*

*Pyrocephalus rubinus*

*Tyrannus melancholicus*

*Tyrannus niveigularis*

*Piranga flava*

*Piranga rubra*

*Myiobius atricaudus*

**PODICIPEDIDAE**

*Tachydaptus dominicus*

**RALLIDAE**

*Aramides axillaris*

*Gallinula chloropus*

**THRAUPIDAE**

*Euphonia saturata*

*Euphonia lanirostris*

*Thraupis episcopus*

*Tachyphonus luctuosus*

*Hemithrampus guira*

*Piranga flava*

*Piranga rubra*

**TROGLODYTIDAE**

*Campylorhynchus fasciatus*

*Thryothorus superciliaris*

*Troglodytes aedon*

*Thryothorus sclareti*

**TYTONIDAE**

*Tyto alba*

**VIREONIDAE**

*Cyclarhis gujanensis*

*Vireo olivaceus*

*Hylophilus minor*

**TROCHILIDAE**

*Phaethornis superciliosus*

*Phaethornis longuemareus*

*Anthracothorax nigricollis*

*Heliomaster longirostris*

*Myrmia micrura*

*Amazilia amazilia*

*Chlorostilbon*

*Damophila julie*

*Acestrura berlepschi*

*Forpus coelestis*

*Ara ambiguus guayaquilensis*

*Pionus chalcopterus*

**RHINOCRYPTIDAE**

*Melanopareia elegans*

**STRIGIDAE**

*Otus roboratus*

*Lophotrix cristata*

*Glaucidium peruanum*

*Pulsatrix perspicillata*

*Ciccaba nigrolineata*

*Glaucidium brasilianum*

**TROGONIDAE**

*Trogon violaceus*

*Trogon melanurus*

**TURDIDAE**

*Catharus ustulatus*

*Turdus maculirostris*

*Turdus reevei*

**TINAMIDAE**

*Crypturellus transfaciatus*

**PICIDAE**

*Picumnus sclateri*

*Piculus ribiginosus*

*Melanerpes pucherani*

*Campephilus guayaquilensis*

*Veniliornis kirkii*

*Veniliornis callonotus*

*Dryocopus lineatus*

**Inventario de los atractivos**

**turísticos de la nueva ZRAL del BPCB**

Se realizó el inventario en la nueva ZRAL donde se considerará la implementación de dos Senderos nuevos los cuales serán denominados Sendero "Buena Vista Dos" y Sendero "San Agustín". Los atractivos pertenecientes a dichos senderos fueron georeferenciados y colocados en un mapa de referencia para su fácil acceso de ubicación a los turísticos (Figura 1). Todos los atractivos fueron cate-

gorizados como sitios naturales, siendo el atractivo "Pared Rocosa" de tipo fenómeno geológico; éste se encuentra en el nuevo sendero "San Agustín" a 20 metros del centro de visitantes y está a 1,5 km de la carretera principal vía a la costa. La Pared Rocosa tiene un largo aproximado de 50 metros de largo por 20 metros de alto, la pared es de color gris con ciertas partes blancas. Este es un punto

para detallar la parte geológica predominante de la zona, en la actualidad no tiene ningún uso, pero en el futuro se pretende utilizar para practicar deportes como el rapel, ascenso y descenso en la montaña.

La “Quebrada San Agustín” es un atractivo de tipo Montaña, subtipo Desfiladero se encuentra a casi 200 metros del centro de visitantes, además está a 2 km de la carretera principal vía a la costa. Siempre hay la presencia de agua, por lo cual existe mucha humedad y también plantas de este tipo de hábitat como camachos, hongos y helechos. Dentro de la quebrada existen cangrejos de agua dulce, reptiles y anfibios, siendo este último origen de su uso principal ya que se realizan estudios constantes sobre anfibios. “La Quebrada” tiene 200 metros de largo y 10 metros de ancho en unas partes y en otros 18 metros (hasta donde se puede ingresar y medir).

El “Mirador Buenavista” es de tipo Montaña. Este mirador se encuentra en la parte alta del nuevo Sendero Largo, justamente cuando se empata con los antiguos senderos en el cual hay una vista formidable hacia los alrededores, donde se destaca uno de los pocos remanentes de manglar que se encuentra en el recinto de Puerto Hondo y la belleza paisajística que existe en sus alrededores, posee un espacio de 10 por 5 metros en el cual se puede ver la

vegetación del manglar que se encuentra en el recinto “Puerto Hondo”, las piscinas camaroneras y la represa de “Parque Lago”.

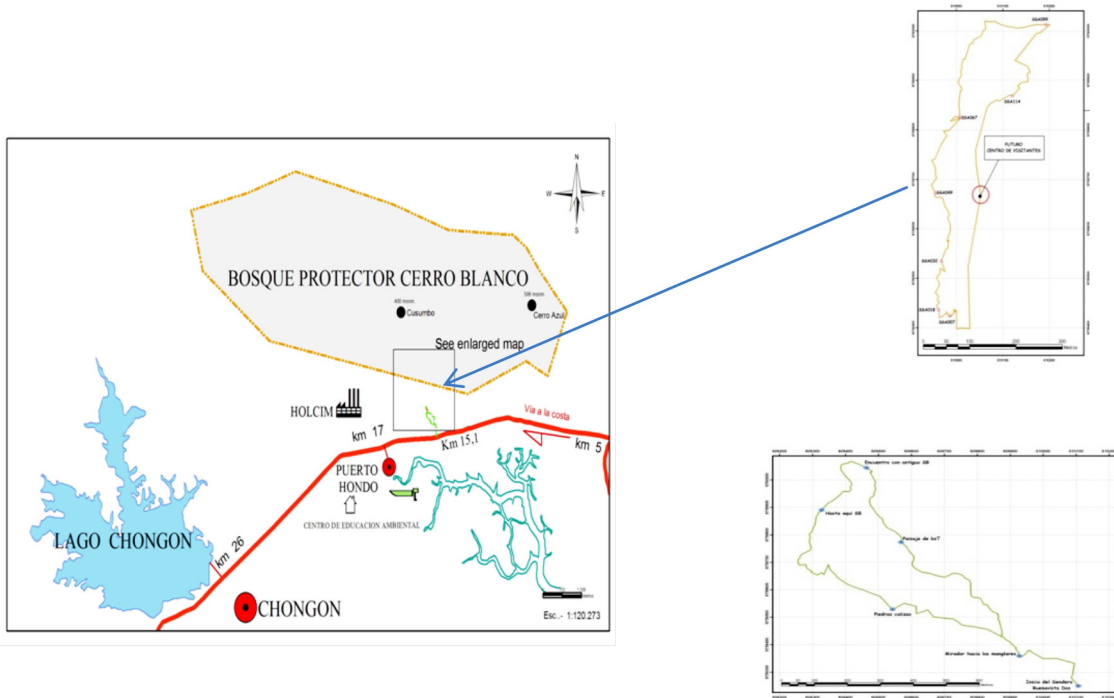
Estos tres atractivos turísticos son de Jerarquía II, es decir, son atractivos con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas potenciales actuales para así atraer al turismo de esparcimiento.

“Paisajes naturales de Bosque Seco Tropical” es un tipo Bosque de subtipo Seco Tropical. Estos paisajes se los puede observar durante el recorrido por cualquiera de los senderos, en especial desde las partes altas o desprovista de vegetación donde se logra tener una mayor visibilidad, donde se aprecie dentro de las 6.048 hectareas, árboles propios de estos bosques como el ceibo (*Ceiba trichistrandra*), pigio (*Cavanillesia platanifolia*), pepito colorado (*Eritrina velutina*), enredaderas o bejucos en general. Este atractivo es considerado de Jerarquía III, es decir, que posee rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos (Tabla 4).

**TABLA 4. Características de los atractivos turísticos del BPCB.**

Nombre atractivo	Categoría	Tipo	Ubicación geográfica		Jerarquización
			Latitud	Longitud	
Pared rocosa	Sitio natural	Fenómeno geológico	97° 59' 54.2" S	60° 99' 34" W	II
Quebrada San Agustín	Sitio natural	Montaña	97° 59' 60.5" S	60° 99' 67" W	II
Paisaje Natural del Bosque Seco Tropical	Sitio natural	Bosques	97° 59' 69.6" S	60° 99' 63" W	III
Mirador Buenavista	Sitio natural	Montañas	97° 59' 48.9" S	60° 90' 98" W	II

**FIGURA 1. Mapa de atractivos turísticos del sendero San Agustín.**



**CONCLUSIONES**

El Bosque Protector Cerro Blanco ofrece una de las mejores esperanzas para la conservación de un fragmento considerable del bosque seco tropical del Ecuador. Es bien conocido en la biología de conservación que, entre más grande sea el fragmento, más estable será ecológicamente y más segura es la protección que el fragmento pueda dar a las especies que lo habitan. Entonces la conservación del BPCB ofrece una de las mejores opciones para la sobrevivencia de tal vez solo 100 especies de plantas que son endémicas de la región del bosque seco tropical del Ecuador. Estas especies sin la protección brindada por el BPCB y pocas otras áreas en la región estarían amenazadas a la extinción global.

En uno de los primeros diagnósticos sobre el manejo del BPCB (Horstman, 1991) se propuso el establecimiento de una "zona limitada del ecoturismo" localizada en la boca

de la quebrada Canoa en el km 15 vía a la costa. El sendero canoa se encuentra en buen estado ya que se ha tratado de mantener el número de visitantes de su capacidad de carga tanto para los senderos como para el área de visitantes del BPCB. Sin embargo, las detonaciones para extraer la piedra caliza de responsabilidad de Holcim Group es el principal factor que ha causado el desplazamiento de una gran variedad de especies de animales, tanto de aves como de mamíferos.

El Sendero de Árboles Gigantes tiene una distancia de 500 metros, el tiempo promedio de recorrido es de 20 minutos y está provisto de letreros interpretativos acerca de flora y fauna del bosque seco tropical, es un sendero que está ubicado entre árboles de ceibo (*Ceiba trichistandra*) y está diseñado para personas que no pueden o no desean caminar mucho, es relativamente plano y corto.

## RECOMENDACIONES

Realizar inventarios detallados de las especies de invertebrados en el BPCB a pesar de que aparentemente hay una gran riqueza, especialmente de especies acuáticas, como langostinos y cangrejos de agua dulce y de varias especies de lepidópteros, como la mariposa morpho. Esto porque no existe un documento oficial del registro de estas especies.

Se recomienda que los guardaparques del BPCB realicen con mayor frecuencia recorridos por toda el área para evitar la caza de los animales y esta actividad realizarla en conjunto con la Unidad de Protección de Medio Ambiente de la Policía Nacional (UPMA).

Los senderos tienen una longitud aceptable para que tengan el mismo flujo de visitantes y evitar el rechazo del sendero más largo, por no caminar tanto.

## REFERENCIAS

- Angel, R. (2006).** Memorias del X curso de Intérpretes Ambientales. Fauna del Bosque Seco Tropical, Ecuador.
- Boo, E. (1992).** La explosión del ecoturismo. Plan para el

manejo y desarrollo. Editado por Mercedes Oteguiacha.

- Carabazo, S., Horstman, E. (2005).** Estrategia para el establecimiento de un corredor biológico para la conservación del Bosque Protector Cerro Blanco, con énfasis en el Guacamayo verde mayor (ara ambigua guayaquilensis).
- Delgado, D. (2007).** Diagnóstico potencial para el desarrollo del aviturismo en el Bosque Protector Cerro Blanco. Guayaquil – Ecuador.
- Garcés, F. (1995).** Guía metodológica para el desarrollo de proyectos de ecoturismo: Inventario, Diseño, Operación y Monitoreo, IDOM. Imprenta V&O Gráficas. Quito – Ecuador.
- González, W. (2006).** Memorias del X curso de Intérpretes Ambientales. Geología del Bosque Seco Tropical, Ecuador.
- Ham, S. (1992).** Interpretación ambiental: una guía práctica para la gente con grandes ideas y presupuestos pequeños. EE.UU.
- Horstman, E. (1998).** Plan de manejo del Bosque Protector Cerro Blanco.
- MINTUR. (2004).** Inventario de atractivos naturales y culturales. Ministerio de Turismo del Ecuador.

# Impacto económico generado en los emprendedores de servicios de la ruta turística “Tren del Hielo 2”, Ecuador

## Economic impact on service companies of the “Tren del Hielo 2” tourist route, Ecuador

Jenny Alexandra Sandoval Duque<sup>1</sup>

**Resumen:** Durante muchos años el tren ha constituido la principal vía de comunicación en Ecuador. El tren abrió un espacio a la comercialización de productos, dinamizó las economías y el intercambio cultural de las regiones, y creó vida a su alrededor formando un conjunto de experiencias tanto en quienes lo abordaban como en quienes lo veían pasar. Sin embargo, con 30 años de abandono ese progreso lentamente desapareció. El objetivo principal de esta investigación fue estudiar la ruta turística “Tren del Hielo 2” localizada en el centro del Ecuador. La metodología incluyó la aplicación de un cuestionario a los turistas que recorren la ruta turística. Los resultados muestran el impacto que ha generado este proyecto turístico en el ámbito económico después de su implementación. Se destacan los mayores ingresos económicos obtenidos en las ciudades y el éxito de los emprendimientos de servicios. Además, los resultados permiten destacar la visión de cuál ha sido el beneficio al formar parte del proyecto turístico Tren Ecuador.

**Palabras clave:** Ruta turística “Tren del Hielo 2”, ingresos económicos, emprendimientos de servicios.

**Abstract:** For many years the train has been the main communication channel in Ecuador. The train opened up a space for product marketing, it invigorated the economies and cultural exchange of the regions, and brought life to its surroundings, forming a set of experiences for both those who approached it and those who watched it go by. However, with 30 years of neglect, that progress slowly disappeared. The main objective of this investigation was to study the “Tren del Hielo 2” tourist route located in the center of Ecuador. The methodology included the application of a questionnaire to the tourists taking the route. The results show the impact that this tourist project has had on the economic domain since its implementation. The increased revenues obtained in the cities and the success of the service companies are worthy of note. In addition, the results emphasize the view of what the benefit has been by being part of the Tren Ecuador tourist project.

**Keywords:** “Tren del Hielo 2” tourist route, economic income, service companies.

**(Presentado: 21 de enero de 2017. Aceptado: 10 de marzo de 2017)**

<sup>1</sup> Maestrante de la Universidad Técnica de Ambato Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.  
 E-mail: jsanduque@gmail.com



## INTRODUCCIÓN

El despunte de nuestro país en el ámbito turístico ha quedado evidenciado con el mega proyecto “Tren Ecuador”, que en estos años ha logrado revivir un sueño olvidado, unir a las regiones, vincular a las comunidades y dar ese sentimiento de pertenencia al ecuatoriano de su riqueza natural, cultural y patrimonial en el que es tan rico y próspero. Creado para transportar ciudadanos, alimentos, animales y demás enseres, hoy su rehabilitación tiene como objetivo construir desde el servicio turístico un producto de calidad que coadyuva a las poblaciones cercanas a ofertar servicios turísticos y así obtener ingresos económicos vinculados a su actividad diaria; la rehabilitación del Tren ha traído vida a las ciudades fantasmas, olvidadas, abandonadas que antes solo dependían de este medio para su subsistencia; pero, ¿qué importancia ha tenido su rehabilitación, ¿qué beneficios deja esta construcción en la comunidad y más en sus actores directos, población, emprendimientos y turistas? .

Este proyecto quiere dar a conocer esta realidad que dará una visión de satisfacción a la comunidad que participa en los recorridos turísticos que se llevan a cabo en el corredor férreo del país, y también el empuje necesario a la empresa “Tren Ecuador” en repotenciar ese rescate que se da a los emprendedores al brindarles una oportunidad de surgir como fue el propósito de su mentalizador General Eloy Alfaro allá por el siglo XIX en la “Revolución Liberal”.

Fue en este siglo que supuso un gran avance en la historia del turismo por razones como el invento del ferrocarril, la máquina a vapor aplicada al barco y al tren, revolucionaron completamente el mundo de los viajes (Perez de la Heras, 2004). El primer objetivo del ferrocarril había sido transportar mercancías y en segundo lugar ofrecer transporte para los viajeros de aquel momento a unos precios más baratos (Lickorish, 1997). Cabe destacar que, si bien los ferrocarriles venían ofreciendo excursiones a sus pasajeros, fue en 1841 cuando Thomas Cook genera el primer viaje organizado en Europa.

El enfoque de este proyecto va dirigido hacia el disfrute de los atractivos naturales, culturales, históricos del país para los turistas nacionales o extranjeros, y es el consumo de estos turistas, el principal sustento de los emprendedores vinculados a la ruta turística, esto implica directamente que la afluencia de los visitantes es el pilar fundamental

para que los negocios tengan un adecuado desempeño, caso contrario la falta de turistas podría desencadenar un déficit en la economía (Hernandez Giron & Yescas Leon, 2007). De la misma manera se deben puntualizar las necesidades de los turistas, ya que el incorrecto funcionamiento de los negocios, tanto en la atención a los clientes como en la mala manipulación y presentación de los productos es fundamental, porque al tener falencias en estas áreas, los visitantes pueden hacer omisiones directas sobre la elección de sus posibles preferencias de consumo (Albuja, 2016).

Debido a esto quisimos conocer, ¿cuál es el impacto de la ruta turística tren del hielo 2 en la rentabilidad económica de los emprendimientos locales? Por ello se pretende identificar el impacto económico que tienen los comerciantes, misma que será de gran utilidad para definir las posibles soluciones a los conflictos financieros que tienen los negocios de la ruta, teniendo en cuenta la situación monetaria, social y cultural de los visitantes que acuden a los diferentes destinos, buscando el principal objetivo para solucionar las falencias por las que no se promueve una mejor acogida hacia estos sitios turísticos. Por otro lado, se pretende garantizar la satisfacción de los clientes que tienen acceso a los diferentes negocios, en precios justos, gama de productos variado, artículos novedosos y creativos, mismos que deben contar con estándares básicos con los que se promueva un adecuado control de calidad en cada una de las actividades económicas, como uno de los pilares fundamentales para que los consumidores promuevan un adecuado flujo en el intercambio comercial.

Mediante el adecuado manejo de estándares de calidad y el descubrimiento y la creación de nuevos atractivos, serán importantes para alcanzar un flujo adecuado de turistas con el que los principales beneficiarios serían los emprendedores (Garin Conteras, 2013). Esta investigación quiere resaltar la influencia que tiene hoy el turismo en las comunidades, sus emprendedores y personas que han sido vinculadas al recorrido turístico “Tren del hielo 2.” La rehabilitación se ha constituido en proyecto emblemático que convoca a la participación articulada de los Ministerios de Transporte y Obras Públicas, Turismo, Ambiente, Cultura, Inclusión Económica y Social, Empresa de Ferrocarriles, gobiernos y comunidades locales, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Banco Central del Ecuador y la Co-

peración Internacional, bajo la concertación del Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural (Patrimonio, Rehabilitación del ferrocarril ecuatoriano, 2010).

Uno de los términos que identifican al ferrocarril en esta época es su conceptualización como bien patrimonial; el patrimonio es la síntesis simbólica de los valores identitarios de una sociedad que los reconoce como propios. Ello implica un proceso de reconocimiento, generalmente intergeneracional, de unos elementos (desde el territorio a la ruina) como parte del bagaje cultural y su vinculación a un sentimiento de grupo (Iniesta, 1991). La rehabilitación contempló realizar trabajos en la vía original construida hace más de cien años, optimizando el trazado inicial y reutilizando materiales y elementos ferroviarios existentes en la vía (Consejo Nacional de Cultura, DEL PINO MARTINEZ Ines, 2013).

Basándose en estos conceptos el Tren cumple su papel de patrimonio histórico y este fenómeno de revivir a un tren desolado, motivó a organizaciones gubernamentales y privadas a trabajar por un proyecto turístico que hoy es el mejor del país. Es aquí donde se contempla plantear rutas turísticas vinculando a las comunidades adyacentes a la línea férrea en preparación de servicios turísticos, tanto en cafeterías, plazas comunitarias y venta de artesanías (Ferrocarriles del Ecuador, 2012). Las artesanías constituyen una parte esencial de la experiencia que disfrutaron los turistas, muchos viajeros encuentran la gratificación de hacer turismo en el contacto directo con las costumbres, manifestaciones y la singularidad del lugar visitado. Sus recuerdos se perpetúan y concretizan mediante la adquisición de artesanías, es un tipo de compra que refleja cada vez más valores sociales y una búsqueda de calidad, además aporta al gasto promedio por visitante (Albuja, 2016).

### Rutas turísticas

Varios autores concuerdan que el turismo es una de las modalidades con más rápido crecimiento en la economía de los países latinos (Luis, 2001, pág. 155). El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos (Pedro & Laila, 2009). El sistema turístico es un conjunto de elementos ínter relacionados entre sí y que evolucionan dinámicamente. Para estudiar el sistema turístico deben considerarse tanto las motivaciones iniciales

de raíz psicológica, como la organización de la actividad, de naturaleza principalmente económica. La inserción del capital privado, la comunidad local como instrumento y fin del desarrollo y los recursos naturales en conjunción en el territorio se combinan formando la materia prima de la actividad turística (Garin Conteras, 2013). Al contar con estos componentes obtenemos un producto que posibilita la actividad turística, pues los viajeros no se conforman con un destino específico; el conjunto de experiencias y el entorno adecuado son la estrategia integral que permite ofrecer un producto turístico de calidad (Julián Pérez Porto, 2013). Por ello, la Empresa Ferrocarriles del Ecuador al ser reconstruida, tomó la decisión de no hacerlo únicamente como transporte, sino como una empresa turística, destinando su esquema a movilizaciones cortas por toda la línea férrea recuperada con el proyecto de Rehabilitación.

El desarrollo de nuevos destinos turísticos y su inserción en un mercado en cierta medida saturado, con multitud de ofertas en las que siguen representando un papel esencial las economías de escala, implica necesariamente apostar por productos turísticos imaginativos, con capacidad de diferenciación y con posibilidades de hacerse un hueco perdurable en el imaginario de los consumidores (Moreno de Souza & Farla, 2015). Esta apuesta por la innovación y la diferenciación sólo puede conseguirse partiendo de un conocimiento lo más preciso posible del ámbito en el que se van a insertar esos productos, con el fin de concluir en un conjunto de ideas clave que permitan estructurar el proceso de creación de producto desde un punto de vista estratégico (Timón, 2005).

### Emprendedores del Tren

En el sistema estructural de la empresa existe la Jefatura de Desarrollo Local, y desde esta dependencia se implementan las estrategias para dinamizar las economías de las poblaciones por donde pasa el Tren. Hasta mediados del 2013 se generaron cerca de 17 mil empleos, 3.235 de manera estable, 9.075 eran parte de la cadena de valor y otros 4.000 fueron temporales durante la ejecución de rehabilitación en el corredor turístico ferroviario (FERROCARRILES DEL ECUADOR Empresa Publica y MINISTERIO DE TURISMO, 2014). El 60% de las personas involucradas en los emprendimientos o negocios generados por el retorno del tren son mujeres; en general, jefas de hogar dedicadas anteriormente a la agricultura o actividades domésticas, y ahora al tener otro ingreso logran una mejor calidad de vida gracias a lo que

producen y a la actividad cultural que generan (Prado, 2013). Estas motivaciones emprendedoras generalmente han sido categorizadas en factores de pull and push. Es decir, dichas motivaciones se conformarían por un conjunto de variables personales y situacionales de cuya interacción el emprendedor tomaría la decisión de crear una empresa. Entre los factores personales estarían el nivel formativo, edad, estado civil y redes de apoyo (Gutiérrez Puebla, 2004); así como determinadas características psicosociales, tales como la necesidad de logro, recuperar autoestima, posesionarse ante la sociedad como ente de perseverancia y lucha, la propensión al riesgo y el lugar de control (Quiroz, 2006).

El turismo para las zonas rurales se ha venido considerando como una alternativa de desarrollo desde hace poco tiempo, y por ello es importante que las iniciativas adelantadas sean estudiadas para que se identifiquen los diferentes aspectos de éxito y fracaso para la posterior puesta en marcha de nuevos proyectos (Aguirre, 2007). De este modo, la actividad emprendedora es importante para el crecimiento económico funcionando como canal de transmisión del conocimiento (David. B, 2009); para este caso nuestros proyectos vinculados a esta generación económica que tiene a los viajes del tren como eje promotor de su economía, muchas veces cambiando la agricultura para dedicarse a la gastronomía y servicios turísticos entorno a los pasajeros del tren (Figura 1).

**FIGURA 1. Indicadores en la perspectiva Desarrollo Local. Plan Estratégico FEEP, Quito, 2011.**

Generación y mejoramiento del empleo	
Objetivo	Indicadores
Fomentar la generación y mejoramiento de empleo para dinamizar la economía local.	<p><b>Nombre:</b> Emprendimientos directos fortalecidos.  <b>Explicación del indicador:</b> Medir el número de emprendimientos directos fortalecidos sostenibles.  <b>Meta:</b> 108</p>
	<p><b>Nombre:</b> Emprendimientos directos generados  <b>Explicación del indicador:</b> Medir el crecimiento de la generación de emprendimientos.  <b>Meta:</b> 31</p>
	<p><b>Nombre:</b> Empleos directos  <b>Explicación del indicador:</b> Medir el avance en la generación de empleos directos.  <b>Meta:</b> 781</p>
	<p><b>Nombre:</b> Empleos indirectos  <b>Explicación del indicador:</b> Medir el número de empleos indirectos.  <b>Meta:</b> 1942</p>

## MATERIALES Y MÉTODOS

Se podría definir el estudio de caso como una investigación que mediante los procesos cuantitativo, cualitativo o mixto; se analiza profundamente una unidad para responder al planteamiento del problema, probar hipótesis y desarrollar teoría. También se define como una investigación sobre un individuo, grupo, organización, comunidad o sociedad, que es visto y analizado como una entidad. Otros la consideran un método para aprender de una instancia compleja, que se entiende como un todo, teniendo en cuenta su contexto (Martínez Rodríguez, 2011). Aquí el investigador buscará participar de la vida del grupo humano al cual investiga en forma creativa e inteligente. En la medida en que participe de la interacción de los actores podrá garantizar un estudio más objetivo de las acciones, transacciones del grupo humano, pues su observación no sólo estará fincada en el dato empírico del fenómeno sino que irá más allá del fenómeno en sí (Malhotra, 2004).

Siendo entonces una modalidad de investigación en campo, se necesitó acudir a los escenarios reales donde se desarrollan las actividades turísticas directamente relacionadas con los emprendimientos de la ruta Tren del Hielo 2, viajando en tren y recabando información de los turistas que visitaron y conocieron los emprendimientos y dialogando con los emprendedores que brindan el servicio, producto y oferta turística de la ruta férrea.

La técnica utilizada es la encuesta directa, a través de este método se obtiene información de los grupos que se estudian. Ellos mismos proporcionan la información sobre sus actitudes, opiniones, sugerencias, etc. Existen dos maneras de obtener información con este método: la entrevista y el cuestionario (Martínez Rodríguez, 2011), siendo mi población de estudio los turistas de la ruta turística Tren del Hielo 2 correspondientes a los viajes del último feriado de Navidad y fin de año 2016. Estructurando la encuesta con 5 preguntas cerradas y 6 abiertas persiguiendo cada una los objetivos de la investigación siendo algunas de ellas mostradas en la Tabla 1.

**TABLA 1. Descripción de instrumento de investigación (encuesta).**

Preguntas de encuesta	Objetivo
¿Cuánto dinero destinó usted para este viaje?	Percibir cantidad de dinero en los viajes
¿En qué destino gastó más dinero?	Ciudad que recibe más dinero
¿Cuál es el producto que más destacó?	Producto estrella
¿Consideraría que los emprendimientos de este recorrido son sustentables económicamente gracias a su aporte?	Generar conciencia en los turistas sobre el apoyo a emprendedores

Fuente: Investigadora, diciembre 2016.

Para realizar la encuesta se seleccionó a los pasajeros mayores de 18 años. Se les explicó detenidamente el objetivo de la encuesta y cómo llenarla, se entregaron las encuestas a las personas que se percibió tenían la capacidad de comprar y adquirir los productos en la ruta turística. Se aplicó al finalizar el viaje en el tren al retorno a la ciudad de origen, ya que en este momento podían dar una respuesta completa a la encuesta después de haber conocido todos los servicios y productos ofertados, siendo 20 las encuestas tomadas para este estudio.

Para procesar la información se utilizó el programa SPSS v.21 definiendo las variables con sus respectivos rangos,

e ingresando la información recolectada, luego de lo cual se hizo frecuencias simples de las variables objeto del estudio, proyectándonos gráficos y tablas de fácil interpretación, representando en este artículo las más relevantes de la investigación.

**RESULTADOS**

Después de la investigación realizada, determinamos que en respuesta a la primera pregunta de investigación de la encuesta, el promedio de gasto de los pasajeros que viajaron es la ruta turística es de US\$ 100 en un familia de cuatro integrantes aproximadamente.

**TABLA 2. ¿Cuánto dinero destinó Ud. para este viaje?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	30,00	1	5,0	5,0	5,0
	35,00	1	5,0	5,0	10,0
	50,00	2	10,0	10,0	20,0
	60,00	2	10,0	10,0	30,0
	70,00	2	10,0	10,0	40,0
	80,00	1	5,0	5,0	45,0
	100,00	4	20,0	20,0	65,0
	150,00	2	10,0	10,0	75,0
	200,00	3	15,0	15,0	90,0
	230,00	1	5,0	5,0	95,0
	250,00	1	5,0	5,0	100,0
	Total		20	100,0	100,0

Fuente: Investigadora, diciembre 2016.

La siguiente pregunta de relevancia tenemos:

**TABLA 3. ¿En qué destino gastó más dinero?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ambato	1	5,0	5,0	5,0
	Urbina	1	5,0	5,0	10,0
	Mocha	1	5,0	5,0	15,0
	Cevallos	17	85,0	85,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Investigadora, diciembre 2016.

Para conocer cuál de los productos más atractivos o de mayor relevancia tenemos:

**TABLA 4. ¿Cuál es el producto que más se destacó?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mermelada	9	45,0	45,0	45,0
	Zapatos	7	35,0	35,0	80,0
	Helados de paila	3	15,0	15,0	95,0
	Otros	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Investigadora, diciembre 2016.

Donde genera conciencia en los turistas sobre el apoyo a emprendedores dio este resultado:

**TABLA 5. ¿Considera que los emprendimientos de este recorrido son sustentables económicamente gracias a su aporte?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	16	80,0	80,0	80,0
	No	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Investigadora, diciembre 2016.

## DISCUSIÓN

La ruta turística Tren del Hielo 2 tiene cuatro ciudades que son atravesadas y en base a esta investigación determinamos algunos aspectos importantes en cuanto a su captación económica en los emprendedores que ofertan sus productos y servicios turísticos a los visitantes. Al adquirir el boleto que le permitirá hacer un viaje turístico en el corredor férreo, se incrementa en los turistas la expectativa de conocer nuevos atractivos, disfrutar servicios de calidad y adquirir productos novedosos. El promedio de dinero que una familia con cuatro miembros prevé para un viaje turístico 100 dólares aproximadamente, el horario de partida permite que los turistas tomen el desayuno en sus domicilios y ya que este recorrido tiene incluido un refrigerio en una de las estaciones de parada, los gastos que puede realizar son específicamente en souvenirs, artesanías, platos fuertes o accesorios. El viaje tiene 43 km de recorrido por las provincias de Tungurahua y Chimborazo, el tiempo de recorrido entre ellas es de 1 hora aproximadamente y las ciudades que recorre esta ruta son Ambato como punto de partida, Mocha como parada corta, Urbina destino que se visita por 1h30 minutos y la ciudad de Cevallos, donde la permanencia es de 4 horas, razón por la que los turistas gastan más dinero en este sitio, existen más emprendimientos y más productos que ellos pueden adquirir. Entre los productos que se oferta en la ruta turística tenemos calzado, caramelo artesanal, artesanías, tejidos, frutos cultivados de la zona agrícola cercana, de estos se pueden transformar en subproductos, y es lo que sucede con el emprendimiento Dulcifresa, que da un valor agregado a su producto elaborando mermeladas, compotas o postres que son el principal atractivo de la ruta y también el emprendimiento que más ventas realiza. Al viajar en las rutas turísticas de Tren Ecuador se realiza una campaña de promoción para los emprendedores y sus productos, recalando que la compra de productos que los turistas realicen contribuye a mejorar la calidad de vida de los habitantes de las zonas, pues ese es uno de los objetivos de la rehabilitación del Tren. Se hace hincapié en lo relevante del trabajo artesanal y cómo dinamiza las economías locales el turismo en las poblaciones que visitamos, por ello al crear esta conciencia en los turistas, existe una fuerte inclinación en dar realce al trabajo de quienes sustentan su economía gracias al aporte de los turistas.

## CONCLUSIONES

Con esta investigación pudimos obtener información valiosa acerca del comportamiento de la economía en la ruta turística Tren del Hielo 2, pues conocemos cuales son los atractivos que más agradan al turista, actividades y atractivos que pueden ser implementados y las carencias de servicios o productos que deben ser cambiados para refrescar a la ruta. Durante cuatro años de implementación del recorrido turístico, los emprendedores no han realizado cambios o innovaciones en esta propuesta turística, lo que ha debilitado el incremento económico en sus emprendimientos; con la encuesta aplicada podemos concluir que la visita de los turistas a las ciudades del recorrido turístico impacta directamente en la economía del Cantón Cevallos, ampliación evidente en su estructura comercial. Se han incrementado locales comerciales y existe un cambio en la estructura social del Cantón, pues es notorio en comparación al recuerdo de una población dedicada netamente al calzado y a la producción frutal de la provincia, hoy es un referente en cuanto al desarrollo turístico y tiene gran captación de turistas por la implementación de la ruta Tren del Hielo 2.

Además con la apreciación de los turistas se pudo conocer sobre atractivos que son necesarios, como visitar y recorrer huertos frutales, caminatas cercanas al nevado Chimborazo o un grupo de danza folclórica, sugerencias válidas y posibles que realce la experiencia turística, con un adecuado direccionamiento del tiempo, podrían ser éstas otra alternativa para dinamizar las economías locales.

Reiteramos que esta ruta tiene impacto económico en los emprendedores pues con el turismo el beneficio no está vinculado únicamente a los actores directos; por el contrario se puede relacionar a este fenómeno económico como un fenómeno natural, cuando llueve moja a todos; en este caso el turismo se dispersa y brinda una oportunidad global de crecimiento de las economías, mejorando la calidad de vida y produciendo satisfacción en quienes participan en el mejor potencial de nuestro país, el turismo.

## REFERENCIAS

- Aguirre, J. (2007).** Deseables y posibles: participación comunitaria, patrimonio histórico y cultura, calidad ambiental y desarrollo turístico sostenible. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio cultural, San Jerónimo de Moravia, COSTA RICA, 1-16.
- Albuja, G. (3 de Octubre de 2016).** Operaciones Turísticas. (J. Sandoval, Entrevistador)
- Consejo Nacional de Cultura, DEL PINO MARTINEZ Ines. (2013).** ARQUITECTURA FERROVIARIA EN LOS ANDES DEL ECUADOR. QUITO.
- David, B. A. (2009).** Capital emprendedor y crecimiento económico. Journal of Regional Reserch, 15.
- Ferrocarriles del Ecuador. (2012).** Plan estratégico FEEP. Guardavia 3, 8.
- Ferrocarriles del Ecuador. (2014).** Ecuador ama la vida. Obtenido de Ecuador ama la vida: <http://trenecuador.com.ferrocarrilesdeecuador/tren-crucero2014>
- FERROCARRILES DEL ECUADOR Empresa Publica y MINISTERIO DE TURISMO. (2014).** Construcción y Rehabilitación del Tren de Alfaro. En F. D. Publica, Construcción y Rehabilitación del Tren de Alfaro (pág. 77). Quito- Ecuador: El Telegrafo.
- Garin Conteras, A. (2013).** Turismo Rural, Institucionalidad y emprendedores rurales. Argentina : Centro de Investigaciones y estudio turísticos .
- Gutiérrez Puebla, J. (2004).** El tren de alta velocidad y sus efectos especiales. Investigaciones Regionales, Asociación española de Ciencia Regional, MADRID, 199-121.
- Hernandez Giron, J. d., & Yescas Leon, M. (2007).** Factores de éxito en los negocios de artesanías en México. Estudio Gerenciales Scielo, 26.
- Iniesta, G. I. (1991).** Los tratamientos patrimoniales del paisaje. Leer, escribir y mostrar el entorno (pág. 122). Querétaro , México UNIVERSIDAD AUTONOMA DE QUERÉTARO: Lamas Editorial.
- Julián Pérez Porto, M. M. (08 de 2013).** Definición.de. México, Guadalajara, México.
- Lickorish, L. y. (1997).** Una introducción al turismo. En L. y. Lickorish, Una introducción al turismo (págs. 60-69). Madrid: Síntesis.
- Luis, H. G. (2001).** Tourism the new age. California, EEUU: Trip and bussines publications.
- Malhotra, N. K. (2004).** Introducción y primeras fases de la investigación de mercados. México: Cámara Nacional de la industria Editorial Mexicana.
- Martinez Rodriguez, J. (2011).** Métodos de investigación cualitativa. Silogismos de investigación , 40.
- Moreno de Souza, J., & Farla, S. &. (2015).** Desarrollo sustentable. Un índice para el circuito turístico Trilha dos inconfidentes. Estudios y perspectivas en Turismo.
- Patrimonio, Rehabilitación del ferrocarril ecuatoriano. (2010).** Cultura y Patrimonio, 19-21.
- Pedro, N. F., & Laila, V. (2009).** El producto turístico barilochense antes de Bustillos. Estudios y Perspectiva en Turismo , Buenos aires . Argentina.
- Perez de la Heras, M. (2004).** Manual de Turismo sustentable. En P. d. Manuel. Madrid: Mundi-Prensa.
- Prado, M. (2013).** Emprendimientos productivos y culturales alrededor del Tren liderados por mujeres. El rol de la mujer en la vida ferroviaria del Ecuador, 75-84.
- Quiroz, A. (2006).** El tren como espacio semiótico desde una mirada cultural de frontera. Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales- Universidad Nacional de Jujuy Argentina, 15-31.
- Timón, R. Á. (2005).** Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. Cuadernos de Turismo, 27-43.

RESEARCH / INVESTIGACIÓN

# La gestión ambiental en una entidad hotelera de turismo de naturaleza. Caso Villa Mirador de Mayabe de Holguín, Cuba

## Environmental management in a nature tourism hotel. The case of Villa Mirador de Mayabe de Holguín, Cuba

Ana María Azze Alonso<sup>1</sup>, Migdely Barbarita Ochoa Ávila<sup>2</sup>

**Resumen:** Esta investigación aborda la gestión ambiental en la Villa Mirador de Mayabe perteneciente a la empresa Islazul Holguín, la cual está ubicada en las alturas de Mayabe a 12 km del centro histórico de Holguín en el oriente de Cuba. El objetivo fue aplicar un procedimiento general para la gestión ambiental que contribuya a la mejora del medio ambiente. Dicho procedimiento permitió desplegar una estrategia para mejorar su desempeño ambiental, lo cual es un requisito fundamental para la implementación de los procesos de perfeccionamiento empresarial y categorización hotelera por parte del Ministerio del Turismo. Se abordan los conceptos y reflexiones sobre medio ambiente y su interrelación e importancia para la actividad turística, que fundamentan la aplicación del procedimiento el que permitió diagnosticar, planificar, establecer y dar seguimiento a la gestión ambiental en la Villa en el período 2007- 2015. El procedimiento general para la gestión ambiental permitió a la instalación hotelera formular e implementar estrategias efectivas para mejorar el medio ambiente y el uso responsable de recursos, adaptándose a los cambios del micro y macro entorno. Además, logró cambios favorables en la generalidad de los indicadores aplicados para su evaluación.

**Palabras clave:** Gestión ambiental, procedimiento general, uso responsable de recursos.

**Abstract:** This study addresses the environmental management in the Villa Mirador de Mayabe, which belongs to the company Islazul Holguín, located atop Mayabe 12 km from the historical center of Holguín in eastern Cuba. The aim was to apply a general procedure for environmental management that contributes to the improvement of the environment. With this procedure, a strategy was presented to improve its environmental performance, which is a fundamental requirement for the implementation of the managerial improvement and hotel rating processes by the Ministry of Tourism. The concepts and reflections on the environment and its interrelation and importance for tourist activity are addressed, as these form the foundation of the application of the procedure that permitted the diagnosis, planning, establishment and follow-up to the environmental management at the Villa in the period 2007- 2015. The general procedure for environmental management enabled the hotel to formulate and implement effective strategies to improve the environment and the responsible use of resources, adapting to micro and macroenvironmental changes. In addition, favorable changes were made in most of the indicators applied for its assessment.

**Keywords:** Environmental management, general procedure, responsible use of resources.

(Presentado: 09 de mayo de 2016. Aceptado: 4 de junio de 2016)

<sup>1</sup> Especialista en Gestión Hotelera. Especialista de la Empresa Turística de Gibara, Delegación Territorial del Ministerio del Turismo de Holguín, Cuba  
E-mail: daimara.reyes@cubanacanhlg.tur.cu

<sup>2</sup> Doctora en Ciencias Técnicas. Facultad de Ingeniería Industrial y Turismo, Universidad de Holguín, Cuba. E-mail: migdely@facil.uho.edu.cu



## INTRODUCCIÓN

El turismo es un servicio mundialmente expandido en la actualidad por los resortes económicos que mueve. Puede generar impactos perjudiciales si su crecimiento acelerado sólo se dirige a obtener beneficios económicos, si no se aplica un adecuado manejo de los recursos naturales, materiales e inmateriales que lo sustentan, y además si no se tienen en cuenta las leyes que rigen el equilibrio de los ecosistemas. Los mayores impactos de la actividad turística producen afectaciones a la diversidad biológica, fundamentalmente sobre los ecosistemas costeros, como las playas, lagunas, manglares, arrecifes coralinos y otros; así como en el orden social entre otros (Colectivo de autores, 2007). El turismo en Cuba es uno de los renglones que más ingresos económicos genera, así la cultura, historia y naturaleza son los fundamentales atractivos para los visitantes de diversas partes del mundo. La construcción de infraestructuras de hospedaje, servicios, el desarrollo de áreas recreativas, y todas las acciones que se realizan de forma directa o indirecta para prestar servicio a los visitantes, contribuyen al deterioro del medio ambiente, de ahí la necesidad de fomentar un turismo sostenible en todos los aspectos.

La modalidad turística de naturaleza tiene un gran crecimiento a nivel mundial. Se le ha conferido diferentes denominaciones, tales como turismo ecológico, ecoturismo, turismo verde o turismo de naturaleza. No obstante se debe tener presente que en este tipo de actividad turística, cualquiera sea su denominación, se requiere un uso más racional de los recursos naturales y la utilización de tecnologías más eficientes y menos contaminantes.

Esta investigación aborda la gestión ambiental en la Villa Mirador de Mayabe perteneciente a la empresa Islazul Holguín, la cual está ubicada en las alturas de Mayabe, a 12 km del centro histórico de Holguín en el oriente de Cuba. Es un lugar emblemático en esta región cubana, rodeada de una bella naturaleza y como atractivo el burro "Pancho", que toma cerveza, el que le ha dado fama. La Villa se distingue dentro de las ofertas turísticas de Holguín, la ciudad de los parques. Para efectos de este trabajo se considera que "Villa turística" es un conjunto de cabañas que permite a sus huéspedes, bajo condiciones previamente determinadas, disfrutar de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza (Oficina Nacional de Estadística de Cuba, 2015).

La Villa Mirador de Mayabe posee 24 habitaciones, de ellas 19 estándares, 1 suite y 4 en la "Casa Pancho", todas climatizadas, con televisión satelital, agua caliente, caja de seguridad, mini bar y teléfono. El servicio gastronómico se brinda en dos restaurantes a manera de ranchón, uno de ellos es la "Finca Mayabe", que de conjunto con la "Casa del Campesino" forman un producto genuinamente cubano. Cuenta además con snack-bar, servibar 24 horas, Parrillada "Los Caneyes" y la "Eco cava Mayabe". También se ofrecen servicios de piscina, atención médica, parqueo, masaje, tienda y "Tea Garden". Los principales mercados de la Villa son Canadá, Emigrados Cubanos, Reino Unido y España.

Desde 2013 la instalación opera bajo la marca Masnatura que a partir de la concepción de los hoteles Islazul está fundamentada en brindar una oferta superior, en hoteles ubicados en parques o zonas naturales de categoría 2 y 3 estrellas, con vistas a brindar un servicio especialmente para los recorridos especializados de los receptivos, para la pesca y actividades de turismo especializado, con una variada oferta gastronómica. El objetivo de esta diferenciación de marca radica en que en dichas instalaciones los clientes deben encontrar un ambiente cordial y un personal especializado en las actividades a desarrollar. Además se debe garantizar una ambientación natural, rústica, que dé sentido de integración entre lo humano y lo natural, que emplee los recursos autóctonos, el talento artístico y las más genuinas tradiciones de la localidad. A raíz de la implementación de un Sistema de Gestión y Dirección Empresarial en la empresa Islazul Holguín, la Villa comenzó a realizar acciones para incorporar la gestión ambiental a su sistema general, a partir de que se detectaron las siguientes insuficiencias:

- No contaba con un Sistema de Gestión Ambiental.
- Insuficiente manejo de recursos naturales y energéticos.
- Insuficiente conocimiento en la temática ambiental.
- Carecía de una estrategia ambiental para alcanzar de forma sistémica, participativa y por procesos los objetivos y metas ambientales que favorecieran un comportamiento consciente hacia la conservación de los valores que hacen tan atractiva esta instalación turística.

Lo anterior implica que como problema científico se plantea que las insuficiencias en la gestión ambiental limitan la mejora del medio ambiente en la Villa Mirador de Mayabe. Para esta investigación se seleccionó como objeto de investigación la gestión ambiental en entidades hoteleras de turismo de naturaleza. Al tener en cuenta la necesidad de que en la Villa se tome conciencia de las exigencias que se plantean a nivel internacional y nacional en cuanto a la gestión ambiental en entidades hoteleras, se definió como objetivo general el siguiente: Aplicar un procedimiento general para la gestión ambiental en la Villa Mirador de Mayabe que contribuyera a la mejora del medio ambiente. Para dar cumplimiento al objetivo general resultó necesario dar consecución a los objetivos específicos siguientes:

- Elaborar los fundamentos teóricos-prácticos referenciales que sustentan la gestión ambiental en entidades hoteleras de turismo de naturaleza, y
- Aplicar un procedimiento general para la gestión ambiental en la Villa Mirador de Mayabe.

**La gestión ambiental en las instalaciones hoteleras enmarcadas en el turismo de naturaleza**

La gestión ambiental resulta de gran importancia para las instalaciones hoteleras en general a nivel de planeta. Son múltiples las definiciones de gestión ambiental aplicadas a organizaciones turísticas; en su mayoría están relacionadas con las acciones encaminadas a la protección y uso sostenible del medio ambiente. Para Atencio Zayas (2016) la gestión ambiental es un campo temático amplio que hace énfasis en la aplicación de mecanismos normativos y técnicas encaminadas a fortalecer la capacidad humana e institucional para abordar eficazmente las cuestiones ambientales. Se coincide con: "El desarrollo del turismo (...), afecta a la gestión ambiental de varias formas; en primer lugar por el tipo de actividades que realiza el cliente durante su estancia y su nivel de contacto y presencia en el establecimiento con el entorno natural; en segundo lugar, por la duración media de su hospedaje, que concede un mayor margen para emprender distintas iniciativas ambientales en función de dicha duración, finalmente por el motivo seleccionado por el cliente para elegir el establecimiento y en especial, la importancia que el cliente le otorga a los atractivos turísticos naturales (Ayuso, 2003, en González-Abreu, 2016). Se parte de lo establecido por Salinas Chávez (2008) acerca del espacio turístico y su clasificación en dos aspectos importantes; las características de los paisajes existentes y los usos socio-económicos predominantes en cada uno de ellos, por lo que considera

que se clasifican en cuatro tipos: litorales, naturales, rurales y urbanos. Además, deben reunir siempre un mínimo de condiciones y valores naturales en buen estado de conservación, los cuales son de interés para los visitantes. La modalidad turística que tiene como destino la naturaleza tiene un gran crecimiento a nivel mundial aunque se le da diferentes denominaciones, como turismo ecológico, ecoturismo, turismo verde o turismo de naturaleza. Lo que distingue este tipo de actividad turística es que requiere un uso más racional de los recursos naturales y la utilización de tecnologías más eficientes y menos contaminantes.

Los recursos naturales han constituido la primera base de motivación para los viajes turísticos. Ver, vivir y experimentar el escenario natural de cualquier región constituye hoy uno de los principales propósitos para desplazarse a un sitio determinado. De ahí la importancia de la conservación de los sistemas naturales y el uso racional de los recursos con el objetivo de evitar la destrucción del entorno. Una buena forma de tratar los atractivos turísticos de manera que sean rentables y conservados es al tomar conciencia de que los recursos turísticos son limitados. El impacto negativo de las actividades turísticas en el medio ambiente se puede apreciar fundamentalmente en la alteración de zonas naturalmente frágiles ocasionado por el desarrollo de infraestructura vial, deforestación, erosión de senderos de acceso a las áreas naturales, lanzamiento de desperdicios, contaminación de las aguas, entre otros. Además se produce un impacto negativo con consecuencias a largo plazo, y que corresponde a la excesiva carga ambiental sobre un área determinada. Esta sobrecarga incide significativamente en el ecosistema, afectando el comportamiento de los animales, en sus tasas de reproducción, e incluso en la composición de las diversas especies biológicas presentes en el lugar. Esto ocurre mayormente debido a la falta de metodologías adecuadas para evaluar el impacto del turismo en el medio ambiente y en sus componentes bióticos (Cruz-Rodríguez, 2010).

La construcción de infraestructuras de hospedaje, servicios, el desarrollo de áreas recreativas, y todas las acciones que se realizan de forma directa o indirecta para prestar servicio a los visitantes, contribuyen al deterioro del medio ambiente, de ahí la necesidad de fomentar un turismo sostenible en todos los aspectos, esto se hace más notorio cuando se trata de instalaciones hoteleras insertadas en un espacio turístico natural. La Organización Mundial de

Turismo (OMT) junto a otras organizaciones tradicionales del sector, cada día más, promueven la sensibilidad y las demandas de los viajeros sobre la conservación del medio ambiente, lo que constituye un elemento de suma importancia para las zonas turísticas que se encuentran enclavadas en lugares naturales y cuyo entorno desempeña un rol esencial en su proyección como producto. La adopción de los principales parámetros que se han establecido a nivel mundial y la conservación responsable del medio ambiente, garantizarán una buena posición en el mercado y el éxito de ganar competitividad (Carmona-Moreno y Magán-Díaz, 2008; Marrero-Nápoles, 2010). El turismo de naturaleza en Cuba es un ejemplo concreto y práctico del alto grado de coordinación interinstitucional y de articulación funcional que propician la estructura social cubana, y el Estado, en aras de alcanzar propósitos concurrentes a variados organismos y generarle beneficios a la sociedad en su conjunto. La pródiga, variada y bien conservada naturaleza cubana es uno de los atractivos principales del turismo en el país (Polanco-Charchabal, 2014). La concepción de los hoteles Masnatura adoptada en 2012 por el Grupo Hotelero Islazul en Cuba está fundamentada en brindar una oferta superior, en hoteles ubicados en parques o zonas naturales de categoría 2 y 3 estrellas. Los hoteles son Hotel Hanabanilla, Villa San José del Lago, Villa Santo Domingo, Mirador de San Diego, Balcón de la Sierra, Gran Piedra, Hotel Pasacaballo, Villa Yaguanabo, y Villa Mirador de Mayabe.

En el Manual Operativo de la marca Masnatura se plantea que en estas instalaciones los clientes deben encontrar un ambiente cordial y que el personal debe ser especializado en las actividades a desarrollar. La marca establece estándares físicos y de servicio en estas instalaciones hoteleras enclavadas en espacios turísticos de naturaleza, para controlar su cumplimiento en correspondencia con las normativas del sector turístico en el país. Algunos de los principales rasgos distintivos de la marca Masnatura son los siguientes:

- Ornamentación con plantas o flores naturales;
- El eslogan de la marca es "Compartir la naturaleza" o "Cubanos por naturaleza";
- Rueda de menú para buffet, menú corporativo para Snack bar, bares, y restaurantes especializados en comida internacional, con algunos platos regionales;
- Tarjetas de llaves o porta llaves con el logo rústicos adaptados al entorno natural;

- Ceniceros de áreas rústicos adaptados al entorno natural;
- Señalización de plantas endémicas y de más antigüedad en la zona;
- Habitaciones para no fumadores (prescindiendo de ceniceros en ellas);
- Potenciar la siembra de árboles de conjunto trabajadores, directivos y clientes repitentes de las instalaciones;
- Potenciar el auto consumo y las formas productivas;
- Protección de la naturaleza y la preservación del medio ambiente;
- Por una gastronomía auténtica, variada y regional;
- Colocar bayas, gigantografía, carteles con mensajes alegóricos al cuidado del medio ambiente;
- Anuncios ecológicos en exteriores e interiores de las instalaciones y en baños de habitación;
- Eco cava (lugar donde el cliente pueda degustar el vino de la casa y otros de una manera diferente);
- Ceniceros de madera en forma de tronco;
- Balances, bancos, columpios, taburetes o hamacas rústicos;
- Carta menú con forro de pajilla como los de los balances y el menú escrito a mano (el papel utilizado también es el manufacturado); y
- Menú vegetariano.

Debido a su relevancia, esta investigación está centrada en la gestión ambiental en una instalación turística hotelera enmarcada en turismo de naturaleza, la Villa Mirador de Mayabe, la cual influye directamente en la oferta de un producto con excelencia y al cumplimiento de los estándares de la marca. Se considera que la misma debería tener una atención más directa en este tipo de instalación turística, en coordinación con los diferentes actores socioeconómicos locales, para de esta forma lograr una mayor productividad y disminuir las deficiencias existentes que atentan contra la calidad del medio ambiente y el turismo que se desea alcanzar.

La gestión ambiental en la Villa Mirador de Mayabe  
La Villa Mirador de Mayabe está ubicada en una altura en la localidad del mismo nombre a 12 km del centro histórico de Holguín desde la cual se obtiene una bella vista de toda la ciudad ubicada en la región oriental de Cuba. En sus inicios era solamente un restaurante pero a través del tiempo ha sido objeto de ampliaciones y remodelaciones

hasta convertirse en la hermosa Villa que es hoy. Perteneció a la empresa Islazul Holguín, que fue creada como estructura organizativa de la cadena de turismo del propio nombre el 30 de agosto de 1994. Es una estructura empresarial para la administración, promoción y comercialización del producto turístico en el territorio holguinero. A partir de la aplicación del perfeccionamiento empresarial, cuyas bases tienen como objetivo central incrementar al máximo la eficiencia y competitividad de las empresas cubanas, se incluye la dimensión ambiental como elemento fundamental en la gestión, además de esto la instalación se encuentra en un proceso de categorización hotelera según la Norma Cubana NC 127: 2014 "Requisitos para la clasificación de los establecimientos de alojamiento".

En los inicios de la investigación se obtuvo que en la Villa Mirador de Mayabe solamente se limitaban al cumplimiento mínimo de lo establecido en la legislación ambiental vigente. Se adoptaban medidas correctoras a los señalamientos resultantes de inspecciones externas que no suponían cambios significativos, se centraban esencialmente en la proyección de medidas de tratamientos de residuales (fundamentalmente los líquidos), en planes de mejora generales a nivel de instalación que no propiciaban un cambio en los procesos. No se había establecido el cargo del representante de la gestión ambiental ni sus funciones, aunque se ejecutaban programas de ahorro de agua y energía no eran suficientes para su uso eficiente ya que no se enfocaban de forma consciente como mejoramiento del medio ambiente. Hasta ese momento, aunque poseían la estrategia ambiental de la cadena Islazul, no se había adoptado como estrategia general de la instalación, no se implementaban otros mecanismos como la selección de los aspectos legales a cumplir por procesos, las normas y los reconocimientos ambientales, se carecía de un sistema activo que propiciara un vuelco de la situación, hacia un entorno en que prevaleciera el cuidado y respeto ambiental, regido por una cultura de la organización y que contribuyera a la protección permanente del ambiente. La problemática anterior justificó la importancia de desarrollar la presente investigación para dar respuesta al problema científico planteado.

## **METODOLOGÍA**

Para el procesamiento de los resultados del diagnóstico se utilizaron los métodos estadísticos. El desarrollo de la investigación demandó la utilización de diferentes métodos

y técnicas de investigación, estos fueron métodos teóricos y modelos empíricos.

### **Métodos teóricos**

- El histórico-lógico, de utilidad en la construcción del marco teórico-práctico referencial referido a la gestión ambiental en instalaciones hoteleras enmarcadas en el turismo de naturaleza.
- El análisis-síntesis, para resumir las principales premisas teórico-metodológicas de la relación medio ambiente y turismo, para sintetizar aquellos aspectos positivos y negativos derivados de la consulta a las diferentes bibliografías que influyen en la gestión ambiental de la Villa.
- El inductivo-deductivo, utilizado para establecer generalizaciones sobre la base del estudio del proceso de gestión en instalaciones hoteleras enmarcadas en el turismo de naturaleza y para conocer los problemas ambientales actuales que presenta la Villa Mirador de Mayabe.

### **Métodos empíricos**

- La observación científica, de interés para el estudio del medio ambiente biótico abiótico y socioeconómico e identificar y diagnosticar los problemas ambientales que se presentan en la instalación hotelera.
- La encuesta, la cual fue aplicada a trabajadores y directivos de la entidad para evaluar el nivel de conocimiento sobre el tema.
- La tormenta de ideas, realizada con los especialistas para determinar el estado actual de la gestión ambiental en la Villa y la propuesta de programas de acción.

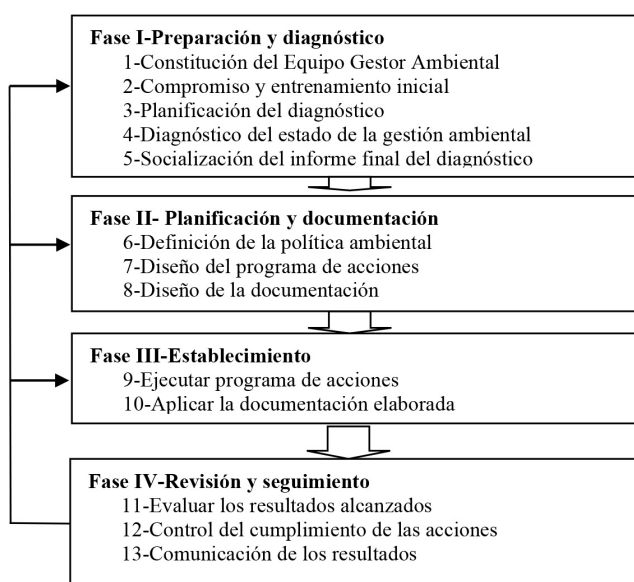
## **RESULTADOS**

El aporte fundamental de esta investigación está dado en la aplicación de un procedimiento general que permitió la comprensión y participación de los recursos humanos en el diseño del Sistema de Gestión Ambiental (SGA) y la elaboración de la Estrategia Ambiental (EA) con vistas a sistematizar el desempeño ambiental de la Villa Mirador de Mayabe, una instalación turística que se enmarca dentro de la modalidad de turismo de naturaleza, en conformidad con las normas ambientales vigentes en el sistema de turismo de Cuba. El procedimiento aplicado se aborda a continuación.

### Procedimiento general para la gestión ambiental

El procedimiento general para la gestión ambiental constituye una herramienta de intervención profesional a utilizar por los recursos humanos de la organización y contempla cada uno de los elementos que propician el desarrollo de acciones desde el diagnóstico hasta la mejora, y presenta los resultados obtenidos en su implementación, con lo que se demuestra el cumplimiento del objetivo general planteado en la investigación. El procedimiento cuenta con cuatro fases y 13 pasos, como se muestra en la Figura 1.

**FIGURA 1. Procedimiento general para la gestión ambiental.**



Fuente: Ochoa-Ávila (2014)

#### *Fase I: Preparación y diagnóstico*

Esta fase tuvo como objetivo crear las condiciones de partida en la instalación hotelera para identificar los problemas asociados a la gestión ambiental, y determinar las oportunidades de acción para la implantación de la gestión ambiental.

#### *Fase II Planificación y documentación*

El objetivo de la fase fue participar en la planificación de las acciones, para la formulación de la política ambiental, la estrategia y el programa de gestión ambiental, así como

organizar el diseño de los procedimientos específicos y demás documentos requeridos para establecer la gestión ambiental en la Villa.

#### *Fase III Establecimiento*

El objetivo de la fase fue ejecutar las acciones de gestión ambiental programadas para contribuir a la transformación ambiental de la instalación hotelera; velar porque fueran aplicados los procedimientos específicos y documentos diseñados para la gestión ambiental; organizar acciones conjuntas de gestión ambiental con las organizaciones del entorno, como vía para la conservación y mejora no sólo del medio ambiente en la instalación hotelera sino también del medio ambiente de la localidad; coordinar y dirigir activamente las acciones de promoción, divulgación y fomento de una cultura sobre gestión ambiental; exigir el cumplimiento del código de conducta ambiental de trabajadores; participar de conjunto con el Consejo de Dirección y trabajadores en la realización de investigaciones relacionadas con la gestión ambiental, así como realizar la presentación de resultados derivados de las mismas ante la Empresa Islazul y la Delegación del Ministerio de Turismo (MINTUR) en Holguín.

#### *Fase IV Revisión y seguimiento*

Esta fase tuvo como objetivo velar por el monitoreo sistemático de los indicadores establecidos para medir y determinar la efectividad del proceso de gestión ambiental; analizar las decisiones tomadas y los resultados alcanzados para que el nuevo ciclo de implantación permita el alcance de las nuevas metas que la instalación hotelera se proponga; comunicar a los trabajadores y demás actores externos y autoridades competentes a través de diferentes canales de comunicación los resultados de la evaluación del proceso de gestión ambiental; promover los resultados de la gestión ambiental en exposiciones y eventos ambientales, y de otra índole donde participen los recursos humanos de la Villa.

### Aplicación del procedimiento general para la gestión ambiental

Se explicitan los resultados de la aplicación del procedimiento general en la Villa Mirador de Mayabe. Se exponen los resultados más significativos que permiten observar el logro de una mejor gestión ambiental, y a su vez comprobar que el procedimiento aplicado permite dar solución al problema científico planteado.

*Fase I: Preparación y diagnóstico*

● **Paso 1. Constitución del Equipo Gestor Ambiental.**

Se creó el Equipo Gestor Ambiental (EGA) en la organización en encuentro con los trabajadores. Prevalció el criterio que estuvieran representados todos los procesos y se designó al Especialista de Calidad como su representante ante el Consejo de Dirección, el que rendirá la información de los resultados de la gestión ambiental. El equipo quedó integrado por los especialistas de Calidad, de Mantenimiento y Aseguramiento, del Área Contable, de Bebidas y Alimentos, de Alojamiento y de Capacitación.

● **Paso 2. Compromiso y entrenamiento inicial.**

Este paso fue de vital importancia para conseguir formar un equipo de personas sensibilizadas y formadas desde el punto de vista ambiental. Fue necesario comprometer y responsabilizar al EGA mediante la impartición de una capacitación por la representante de la gestión ambiental para la familiarización del mismo con los aspectos del diagnóstico a realizar, a través de una tormenta de ideas se identificó el nivel de conocimiento del equipo sobre la gestión ambiental en la instalación hotelera. Este resultado fue utilizado en esta capacitación, con lo cual quedó demostrado que no fue suficiente. Esto motivó que se decidiera realizar una segunda capacitación impartida por especialistas del Centro de Información y Gestión Tecnológica de Holguín, en la que se hizo énfasis en la importancia del diagnóstico, las herramientas a emplear para la realización del mismo, las ventajas de introducir la gestión ambiental en la Villa y en la importancia del compromiso del equipo de realizar con calidad y rigurosidad el diagnóstico.

● **Paso 3. Planificación del diagnóstico.**

En las reuniones realizadas se abordó la importancia del proceso de gestión ambiental en la entidad, se planteó la necesidad de realizar el diagnóstico de los principales aspectos ambientales de cada proceso y se partió del mapa de procesos establecido por el Sistema de Gestión de Calidad, para sentar las bases para el diseño e implantación del procedimiento contextualizado y pertinente en la búsqueda de soluciones a los problemas ambientales a identificar. También fue abordado el procedimiento para el diagnóstico, y se evacuaron todas las dudas del equipo. Fue necesaria la planificación de los recursos de todo tipo para la ejecución de cada aspecto previsto en el diagnóstico, por lo que se conformó una progra-

mación detallada de las actividades a desarrollar durante los distintos pasos del diagnóstico, se establecieron los objetivos, las metas, las fechas de cumplimiento, los participantes, recursos necesarios y responsables.

● **Paso 4. Diagnóstico del estado de la gestión ambiental.**

Este paso se llevó a cabo con la participación de todo los integrantes de EGA, el cual arrojó los siguientes resultados: La revisión del presupuesto demostró que tradicionalmente no se había dado inclusión en el plan técnico económico el presupuesto destinado a la actividad de protección ambiental y por medio de la dirección de la empresa Islazul se solicitó a la casa matriz el financiamiento para desarrollar la gestión ambiental en la Villa. Fueron encuestados 17 trabajadores de un total de 73 pertenecientes a todas las áreas de la Villa Mirador de Mayabe para un 22,7%.

Los resultados reflejados fueron los siguientes: (i) Respecto al conocimiento de los aspectos ambientales asociados a la instalación, el 76,5% de los encuestados tenía idea de los aspectos ambientales asociados a la instalación. El 76,5% propone posibles soluciones para contrarrestar los impactos al ambiente. (ii) Aunque no existía una política ambiental declarada el 58,8% de los trabajadores identificaron que el Consejo de Dirección de la instalación tomaba interés en proteger el medio ambiente. Las acciones identificadas se proyectaban hacia la prohibición de la tala de los árboles, mantenimiento de las áreas verdes, protección de la fauna, higiene en sentido general. (iii) En cuanto a legislaciones, regulaciones, normas ambientales relacionadas con los puestos de trabajo sólo el 5,8% de los encuestados conocía la existencia de la legislación. (iv) Respecto a si se realizaban actividades de comunicación, educación, información y sensibilización ambiental en la instalación, el 35,3% no reconocía que se realizaran este tipo de actividades. El 64,7% se había informado mediante talleres, por el mural, el código de conducta ambiental, análisis en el consejo de dirección, debates y conversatorios. (v) Respecto a si se clasificaban los desechos sólidos el 47,1% no conocía si se clasificaban y de las propuestas para mejorar el Plan de Manejo de los desechos refirieron separarlo según su naturaleza, construir un local para los desperdicios y habilitar más cestos. (vi) Respecto a qué indicador de sostenibilidad estaba relacionado con el puesto de trabajo existía confusión en el 100% de los encuestados.

Se realizó una revisión documental de los planes de capacitación de años anteriores y se obtuvo que: (i) Dentro del programa de capacitación se valoraba la capacitación de todos los trabajadores en la temática de Seguridad y Salud del Trabajo y no se apreció la planificación de actividades de capacitación sobre la gestión ambiental, aspecto que se tuvo en cuenta para el logro de la eficacia del Sistema de Gestión Ambiental que se diseñó posteriormente.

En el diagnóstico ambiental se detectaron como principales impactos ambientales negativos los siguientes: (i) Vías de acceso a la instalación en deficiente estado técnico lo que provocaba molestia y riesgo en la transportación de las personas hacia la entidad. (ii) La cerca perimetral se mantenía inconclusa lo que hacía latente el riesgo de entrada a personal ajeno a la instalación. (iii) Riesgo de accidentes eléctricos con peligro para la instalación por la existencia de cables eléctricos sin la debida protección y exacerbado por la ausencia de un pararrayos que garantizara la protección de la instalación completa. (iv) Efectos nocivos para la salud de los trabajadores de la cocina y panadería por no funcionar la campana de extracción de gases. (v) Riesgo para la salud humana y el buen funcionamiento de la instalación por el mantenimiento inadecuado del sistema de tratamiento de los residuales líquidos así como la

existencia de registros de la conductora del residual sin tapas. (vi) Contaminación probable de aguas subterráneas y al suelo provocado por el vertimiento de residuales líquidos que no eran incorporados por el inapropiado diseño del sistema de tratamiento general de la instalación. (vii) Afectaciones a la higiene y estética de las áreas por la acumulación de residuos sólidos reciclables. (viii) Acumulación de las aguas pluviales en áreas del bloque habitacional con arrastre de material debido a deficiencias en el drenaje. (ix) Arrastres de capa vegetal del suelo en las áreas de pendiente que no poseen césped o vegetación rastrera. (x) Proliferación de vectores y animales domésticos por falta de adecuados Programas Contra Vectores y de Limpieza y Desinfección. (xi) Afectación a la higiene e imagen de la instalación por falta de atención veterinaria a la mascota (burro). (xii) Posibilidad de adquisición de enfermedades profesionales por carencia de equipamiento adecuado en el área de fregado de la vajilla y en el área de servicios del restaurante.

Lo anterior permitió la elaboración de la relación aspecto/ impacto ambiental en los procesos a través de la aplicación de la Matriz de Leopold (Colectivo de autores, 2003). Un resultado del análisis realizado sobre los impactos ambientales negativos en el proceso servicios técnicos se muestra en la tabla 1.

**TABLA . Relación de impactos ambientales en el proceso de servicios técnicos.**

Aspecto asociado	Impacto ambiental	Carácter del impacto	Valoración del impacto
Mantenimiento inadecuado del sistema de tratamiento de los residuales líquidos	Riesgo para la salud humana y para el buen funcionamiento de la instalación y el ecosistema	Negativo	Severo
Existencia de cables eléctricos sin la debida protección y ausencia de un pararrayos que garantice la protección de la instalación completa	Riesgo de accidentes eléctricos con peligro para toda la instalación	Negativo	Severo
No está completa la cerca perimetral	Riesgo de entrada de personal ajeno a la entidad	Negativo	Moderado
No existen programas adecuados contra vectores y de higiene y desinfección	Riesgo de enfermedades de transmisión alimentarias para trabajadores y clientes	Negativo	Severo
Áreas de jardín con pendiente sin césped	Arrastre de la capa vegetal del suelo	Negativo	Moderado

Fuente: Elaboración propia.

- Paso 5. Socialización del informe final del diagnóstico.** Se procedió a la elaboración del informe del diagnóstico con los datos recogidos. El EGA realizó el análisis de toda la información y la representante de la gestión ambiental redactó la versión final del informe en el que se reflejaron los resultados deficientes, lo que demostró un insuficiente proceso de gestión ambiental en la Villa. El informe fue presentado al Consejo de Dirección el cual tuvo una información precisa de las principales dificultades y de las necesidades para transformar la situación ambiental. Con posterioridad se hizo la presentación del informe por el equipo a los trabajadores, los cuales fueron actualizados sobre los principales problemas detectados en cada proceso y los impactos que su puesto de trabajo genera sobre el medio ambiente, así como las acciones que darían tratamiento a los mismos. Este informe fue comunicado a la dirección de la Empresa Islazul y a la delegación del MINTUR de Holguín.

*Fase II: Planificación y documentación*

Una vez concluido el diagnóstico ambiental se determinaron los elementos para la planificación de la gestión ambiental a realizarse por la dirección de instalación hotelera y sus actores, referidos a la formulación de programas y la estrategia de gestión ambiental. Seguidamente se pormenoriza en cada una de sus pasos.

- Paso 6. Definición de la política ambiental.** Fue elaborada la política ambiental a seguir según los problemas asociados a los aspectos ambientales de cada proceso identificados en el diagnóstico, y declarada de la manera siguiente: “La Villa El Mirador de Mayabe trabaja para implantar un sistema de Gestión Ambiental basado en la NC ISO 14 001:2004, que conlleve a desarrollar un turismo sostenible”. Una vez definida la política se dio a conocer en reunión a los trabajadores, ocasión en la cual se comprometieron a cumplir la misma.
- Paso 7. Diseño del programa de acciones.** La dirección de la instalación aprobó las acciones a desarrollar para elevar la gestión ambiental en la Villa “Mirador de Mayabe”.

Las fundamentales fueron: (i) Contemplar en el Plan Anual de Capacitación General para la superación sobre gestión ambiental, fundamentalmente en las temáticas de política ambiental cubana, sanciones ambientales, así como otras legislaciones y normativas relacionadas con el medio ambiente, política ambiental de la Villa, principales problemas ambientales generados por la Villa o que afectan a la misma. Con esta medida se dió cumplimiento al artículo 48 de la Ley 81 del Medio Ambiente de 1997. (ii) Desarrollar actividades de educación ambiental de conjunto a los trabajadores y la comunidad circundante, para dar cumplimiento al artículo 47 de la Ley 81 del Medio Ambiente de 1997. (iii) Definir e implantar la política ambiental mediante una estrategia a mediano plazo que garantice su aplicación práctica y el mejor desempeño ambiental de la entidad para cumplir con el artículo 13 incisos a) y g) de la Ley 81 del Medio Ambiente de 1997. (iv) Adoptar medidas técnico organizativas que garanticen la adecuada disposición de los residuales líquidos, para dar cumplimiento al artículo 108 incisos a) y b) de la Ley 81 del Medio Ambiente de 1997. (v) Implantar las medidas técnico-organizativas que garantizan en mantenimiento de la instalación y así cumplir con el artículo 13 de la Ley 81 del Medio Ambiente de 1997. (vi) Realizar la máxima entrega de residuos sólidos reciclables a la Empresa Municipal de Materia Prima para el logro de un mayor aprovechamiento de los mismos y dar cumplimiento al artículo 13 incisos m) de la Ley 81 del Medio Ambiente de 1997.

Se diseñó y se puso en práctica el Programa de Gestión Ambiental según las problemáticas existentes, dentro del cual se conformaron los subprogramas siguientes: (i) Programa de cumplimiento de regulaciones ambientales. (ii) Programa higiénico-sanitario. (iii) Programa de mantenimiento. (iv) Programa energético. (v) Programa de manejo de residuales líquidos y desechos sólidos. (vi) Programa de capacitación y educación ambiental.

- Paso 8. Diseño de la documentación.** Fue diseñada la documentación necesaria la cual se redactó e identificó conforme a lo indicado en el procedimiento “Ela-



boración e identificación de documentos y registros” establecidos en el Sistema de Gestión de Calidad por la Norma Cubana de Calidad de 2008, los documentos elaborados fueron el Manual de Gestión Ambiental, Política Ambiental, Objetivos Metas y Programas Ambientales, Aspectos Ambientales, Recursos, Funciones, Responsabilidad y Autoridad, Diagnóstico Ambiental, Guía para el Diseño del Programa de Gestión Ambiental, Programa Gestión Ambiental, Lista de Chequeo, Indicadores para la sostenibilidad, Código de conducta ambiental para los trabajadores, Código de conducta ambiental para los clientes, Premios ambientales y la Ficha del Proceso de Gestión de Impactos Ambientales. Los procedimientos diseñados fueron: Evaluación de Aspectos Ambientales, Identificación y Acceso a los Requisitos Legales, Preparación y Respuesta ante Emergencias, Cumplimiento de Requisitos Legales, Evaluación del Desempeño Ambiental, Control Operacional Desechos Sólidos, Control Operacional Residuales Líquidos, Control Operacional del Saneamiento de la Piscina, y Conservación de la Flora y la Fauna. En correspondencia con esta documentación se diseñaron los registros para dejar evidencia de la implementación de cada procedimiento.

### *Fase III: Establecimiento*

- **Paso 9. Ejecutar el programa de acciones.** Los programas de acciones se ejecutaron conforme a la aprobación de financiamiento para la solución de los problemas priorizados. De conjunto con la empresa Islazul y la inmobiliaria, que es el organismo inversionista del MINTUR se realizan anualmente los análisis sobre el financiamiento necesario para cumplimentar la legislación ambiental y los programas de acciones, los cuales conllevan a la mejora de tecnologías y sistemas. Los planes de financiamiento que se han presentado han sido aprobados por el Grupo Islazul y el MINTUR en el transcurso de los años con lo cual, se ha podido dar solución a los problemas principales que afectaban el buen desempeño ambiental, entre ellos: los relacionados con el sistema de vertimiento de residuales, suministro y red de distribución de energía eléctrica, fue sustituido el equipo de generación eléctrica asistida el cual ocasionaba contaminación al suelo y fueron cam-

biadas las pizarras eléctricas obsoletas, en mal estado, desprotegidas y todo el cableado eléctrico que representaba un grave peligro de incendio así como alto consumo de electricidad.

En cumplimiento de compromisos ambientales internacionales y de la propia política del MINTUR se sustituyeron los equipos de climatización y refrigeración por aquellos que no contienen gases contaminantes de la capa de ozono. Esto cumple además con requisitos higiénico-sanitarios debido a que algunos equipos de refrigeración eran obsoletos y se encontraban en condiciones que no cumplían las regulaciones sanitarias. Además se invirtió financiamiento en el completamiento del sistema de protección contra incendio y pararrayos, de gran importancia por las características constructivas de la Villa, con locales construidos con materiales naturales como madera y guano altamente combustibles. Otras de las acciones que se han ejecutado son las reparaciones de las edificaciones, la cubierta de guano de los ranchones, la pintura y carpintería de las habitaciones para solucionar el problema de la entrada de agua de lluvia, así como se ejecutó la remodelación y reparación capital de la piscina, adecuándola a las exigencias higiénicas sanitarias de la Norma Cubana “NC 441 Salud Ambiental. Piscinas. Requisitos Higiénicos Sanitarios y de Seguridad”.

Se debe destacar que han sido remodelados espacios para nuevos servicios lo que da cumplimiento a los estándares de la marca Masnatura donde se creó una Eco-cava cerca de la piscina. En un área libre se creó un Tea-garden, ambos ambientados por artistas de las artes plásticas de la ciudad de Holguín. Además, se sustituyó parte del equipamiento para la elaboración de alimentos, se ha modernizó la tecnología para la informatización, se cambió el equipamiento de baños por modelos menos consumidores de agua, se instalaron calentadores solares. Con el presupuesto de mantenimiento se han realizado las reparaciones de mobiliario del lobby y de los restaurantes, de habitaciones así como se ha trabajado en la mejora de las áreas verdes y de los accesos peatonales. En la tabla 2 se muestra un ejemplo de cómo los sistemas fueron mejorados a través del financiamiento recibido de la empresa inmobiliaria en los años 2012 al 2014.

**TABLA 2. Sistemas en los que se invirtió financiamiento por la empresa inmobiliaria del turismo.**

Año	Sistema
2012	Piscina Supresores(pararrayos)
2013	Piscina SADI (Sistema de detección de incendios)
2014	Sistema de bombeo piscina Sistemas residuales

Fuente: Elaboración propia.

Ha sido destacada la contribución del Centro de Capacitación para el Turismo de Holguín en el cumplimiento del plan de capacitación de los trabajadores en diferentes materias que inciden directa o indirectamente en la gestión ambiental, pues en su gran mayoría los programas de formación básica así como los planes de formación de mandos intermedios o de primer nivel tienen incluidos la temática del medio ambiente. El propio EGA se ha encargado de que cada trabajador haya sido instruido en base al Código de conducta ambiental para trabajadores, esto es una acción a desarrollar de forma sistemática. A continuación se muestra el código de conducta para trabajadores.

**Código de conducta ambiental de los trabajadores**

- Atiende las quejas y sugerencias de los clientes.
- Cumple con los compromisos individuales de los planes y programas.
- Apaga las luces encendidas cuando no son necesarias.
- Apaga el aire acondicionado cuando no es necesario.
- Mantén la hornilla del fogón encendida el tiempo mínimo necesario.
- Mantén cualquier tipo de horno encendido el tiempo indispensable.
- Mantén la puerta abierta del refrigerador o cámara fría sólo el tiempo necesario.
- Cierra las válvulas de agua mientras no estés utilizándolas.
- Evita utilizar el inodoro como cesto de basura, así ayu-daras a ahorrar agua.
- Fotocopia las hojas por las dos caras.
- Utiliza las hojas desechadas que estén escritas por una cara como papel para notas por la otra cara.
- Recoge cualquier desecho que se encuentre en un área no apropiada y colócalo en el depósito adecuado.
- Deposita los cigarrillos apagados o encendidos en los ceniceros y evita tirarlos en las áreas verdes o depósitos de basura.

- Deposita las basuras y desperdicios sólo en los depósitos destinados a ese fin.
- Tira al cesto de basura sólo lo que no pueda ser de utilidad. Piensa antes de tirarlo, en qué puedes utilizarlo.
- Reutiliza las toallas viejas o rotas para la limpieza de pisos y cocina.
- Utiliza la menor cantidad posible de detergentes.
- Utiliza sólo en caso extremo los líquidos decapantes, desgrasantes, etc. y en pequeñas dosis.
- Fumar sólo en las áreas habilitadas para ello.
- Contribuye a que solo se emitan sonidos por debajo de los niveles de ruido permitidos según la Norma Cubana.
- Habla en voz baja. No llames a voces a otra persona.
- Mantén una presencia apropiada. Uniforme limpio y aseo personal perfecto.
- Mantén una postura erguida y una sonrisa agradable en el desempeño de tus actividades.
- Participa activamente en los matutinos, talleres y cursos sobre medio ambiente y sostenibilidad.
- Lee con detenimiento el Mural Ambiental y aporta para su enriquecimiento.
- Estudia la monografía sobre la caracterización natural, histórica y cultural de la instalación y su comunidad. Brinda esta información de los clientes.
- Cuida las plantas en macetas, jardines y áreas verdes. Evita pisar las áreas verdes, arrancar flores, hojas o ramas y escalar árboles.
- Protege la vida de las mariposas, pajaritos, chipijos, salamandras, lagartijas, jicoteas y otras especies. Ellas son parte de nuestra biodiversidad.
- Respeta las señales de Accesos Prohibidos.
- Solicita para el consumo productos, servicios y tecnologías nacionales, biodegradables y diseñados para el ambiente.
- Brinda especial atención a los clientes discapacitados.

El Código de Conducta Ambiental de los Trabajadores se ha convertido en un elemento a tener en cuenta en la evaluación del desempeño de los mismos. Las campañas y tareas voluntarias relacionadas con las fechas conmemorativas ambientales constituyen también un eficaz instrumento de formación de conciencia ambiental.

En cuanto al manejo de las relaciones con organizaciones del entorno se realizan actividades en matutinos donde se establecen lazos con escuelas primarias de la localidad circundante y de la ciudad de Holguín, en las que no sólo se hace referencia a la temática del cuidado de la naturaleza sino también a la preservación de las tradiciones culturales y los valores, con las cuales se convoca a concursos en efemérides históricas y ambientales como la celebración del 5 de junio "Día Mundial del Medio Ambiente".

Cada año se divulga con la Emisora de Radio Provincial Radio Angulo de Holguín las actividades por el aniversario de la instalación hotelera donde se resaltan los valores históricos, culturales y ambientales de la misma a través de entrevistas a trabajadores, preguntas a radioyentes y lanzamiento de concursos. Periódicamente se organiza la limpieza del entorno de conjunto con Villa Azúcar, instalación recreativa cercana, y se han establecido contactos con el Consejo Popular para el cuidado del sistema de disposición de residuales líquidos recién reparado.

Los hoteles tienen la particularidad de que sus clientes consumen los servicios en el mismo establecimiento. Este hecho hace imprescindible una buena comunicación con el cliente para que entienda el compromiso ambiental de la instalación y colabore en las actuaciones ambientales dentro de sus posibilidades. Mediante las actividades de animación se ha dado promoción y se ha hecho partícipe a los clientes del conocimiento del Sistema de Gestión Ambiental de la instalación hotelera y de la implementación de su Código de Conducta de Ambiental, una de las formas para invitarle a colaborar activamente en buenas prácticas ambientales es mediante mensajes y pegatinas en las habitaciones. El código de conducta ambiental para los clientes se muestra a continuación.

### **Código de conducta ambiental para los clientes**

#### *Clients environmental behavior code*

- Ayúdanos a proteger el medio ambiente y avanzar hacia un turismo sostenible.  
*Help us to protect the environment and go towards a sustainable tourism.*

- Sugiérenos mejoras en nuestro desempeño ambiental.  
*Suggest ways to improve our environment performance.*
- Protégete cumpliendo con las indicaciones en caso de incendio y catástrofes.  
*Protect yourself by obeying the instructions concerning what to do in case of fire and/or natural disasters.*
- Ayúdanos a reducir el consumo de energía y agua.  
*Help us to reduce the use of energy and water.*
- Contribuye a mantener las áreas limpias de desechos sólidos.  
*Help to keep all areas free of litter.*
- Deposita los cigarrillos apagados o encendidos en los ceniceros.  
*Leave cigarette in ashtrays.*
- Fuma sólo en las áreas habilitadas para ello.  
*Smoke only in areas where that are permitted.*
- Habla en voz baja.  
*Speaking low.*
- Solicita información sobre la caracterización natural, histórica y cultural de la instalación y su comunidad.  
*Request information about the natural, historic and cultural features of the Hotel and its local community.*
- Evita pisar las áreas verdes, arrancar flores, hojas o ramas y escalar árboles.  
*Do not walk on the grass; pull up flowers, leaves and/or branches; or climb trees.*
- Protege la vida de las mariposas, pajaritos, chipijos, salamandras, lagartijas, jicoteas, peces y otras especies. Estas son parte de nuestra biodiversidad.  
*Protect the lives of the butterflies, birds, chameleons, salamanders, lizards, turtles, fish and animals of other species. They are part of our biodiversity.*
- Permite mantener el cuidado de la vegetación y la fauna.  
*Allows us to take care of plants and animals.*
- Respeta las señales de Accesos Prohibidos.  
*Respect "Don't pass" signs.*
- Solicita preferentemente productos y servicios nacionales, biodegradables, ecológicos y naturales.  
*Whenever possible, use Cuban biodegradable, ecological, natural products.*
- Respeta las costumbres de la comunidad.  
*Respect local customs.*

En cuanto a la gestión de compras se han estrechado lazos con productores locales, se ha coordinado y contratado la adquisición de algunos productos siendo significativo, por ejemplo, la compra de vegetales frescos. Más

del 70% de los productos alimenticios que se elaboran y venden hoy en la Villa son de producción nacional. Además en la política de compras se prioriza los productos en dosis grandes que generen menos desechos, productos de limpieza biodegradables y se han mantenido contratos con la empresa de materias primas para la recogida de diversos tipos de desechos.

- **Paso 10. Aplicar la documentación elaborada.** Fue aplicada la documentación diseñada, en lo que jugó un papel primordial el Equipo Gestor Ambiental y el representante del proceso de gestión ambiental. Fueron identificados requisitos legales aplicables al Sistema de Gestión Ambiental, la actualización de estos requisitos se lleva a cabo por varias vías, a través del contrato con la Oficina Territorial de Normalización, con la adquisición de la Gaceta Oficial y mediante el vínculo con los organismos competentes de la provincia Holguín.

Fueron implementados los procedimientos de tratamiento de residuales, en cuanto a los residuos sólidos es notorio el incremento de los volúmenes de entrega a materias primas de algunos renglones, lo cual demuestra el grado de conciencia adquirido y el impacto de la capacitación en los actores internos, aunque ha sido también posible por la creación de condiciones para la clasificación de los mismos en los puestos de trabajo que se generan.

En cuanto al papel de oficina, es reutilizado por ambas caras lo cual redundo en ahorro de dinero para la compra de este renglón, la recogida de residuos reciclables ha propiciado ingresos a la vez que reducen los gastos por disminución de volumen de los desechos no reciclables que son recogidos por Emprestur. La mejora de las condiciones del supiadero de la instalación con enchapes, piso, desagües y clima para los desechos orgánicos contribuyó a la mejor higiene que garantiza la obtención de la licencia sanitaria ya que este era uno de los principales aspectos que lo frenaban, así como el convenio con productores de carne establecidos en el entorno facilitan la recogida de desechos orgánicos para la cría de animales.

Fueron identificados los residuos peligrosos entre los que se encuentran las baterías de los mandos de los televisores y equipos de climatización, los tubos las

lámparas fluorescentes, la chatarra electrónica, estos se almacenan conforme a lo establecido en la legislación, los tóner de impresoras se entregan y rellenan a través del servicio de reciclado que ofrece el Grupo Electrónico del Turismo (GET), el aceite y baterías de carros tienen destino final en los talleres de Servisa, empresa de servicio al turismo que tiene plan de manejo de desechos peligrosos, los neumáticos se entregan a la empresa recapadora para su reutilización.

Los procedimientos para el manejo de recursos materiales y naturales como agua, energía y residuos ha contribuido al cumplimiento de las cifras directivas y a la reducción de afectaciones al medio ambiente. Con respecto al plan de consumo de energía eléctrica para su definición se tienen en cuentas los pronósticos de venta extrahotelera y de ocupación por lo que las cifras varían, en el año 2012 se aprecia una notoria disminución del plan debido a que en este periodo se ejecutó la reparación capital de la piscina cuyo sistema de rebombeo no estuvo en funcionamiento así como el servicio del Bar del Burro. En tanto en el 2014 se evidenció un ligero sobreconsumo, lo cual estuvo dado por el sobre cumplimiento en la ocupación prevista.

La implementación de los procedimientos conlleva a (i) Satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, en la prestación de los servicios de alojamiento, gastronomía y recreación, adecuados a sus requerimientos. (ii) Prevenir y mitigar los impactos ambientales negativos más significativos que puedan originarse, así como establecer y evaluar el desempeño ambiental contribuyendo al desarrollo de un turismo sostenible. (iii) Brindar una alimentación sana y segura a nuestros clientes y trabajadores. (iv) Garantizar la salud e integridad física de nuestros trabajadores, clientes y partes interesadas en relación con la prevención y control de los riesgos asociados a los peligros identificados en procesos y actividades. (v) Desarrollar las competencias laborales de un personal motivado e identificado con el mejoramiento continuo. Todo ello para cumplir con la legislación ambiental vigente aplicable a la Villa.

*Fase IV: Revisión y seguimiento*

- **Paso 11. Evaluar los resultados alcanzados.** A través de las auditorías internas al sistema de gestión se

ha podido llevar a cabo una revisión profunda del sistema, en las que se ha tenido en cuenta las experiencias en la implementación, dificultades para confeccionar registros, las sugerencias de trabajadores y directivos, se verifica el estado de cumplimiento de la legislación y de todas las acciones programadas así como su resultado, en estas auditorías se ha implementado como instrumento el documento Lista de Chequeo Ambiental, la cual cuenta con los siguientes acápite: (i) Política y gestión ambiental. (ii) Administración y política de compras. (iii) Proceso productivo. (iv) Actividad de capacitación ambiental.

De esta forma se han podido detectar las deficiencias que se presentan en el proceso de gestión ambiental y las acciones de mejora propuestas han quedado reflejadas en los registros del procedimiento "Tratamiento de No Conformidades, Acciones Correctivas y Preven-

tivas", todo lo cual se lleva a análisis en los consejos de dirección así como se discuten con los trabajadores para lograr la sensibilización permanente y la participación activa de estos en la solución de los problemas.

De forma general fueron incrementados los indicadores y se mejoró la gestión ambiental en la instalación hotelera. La tabla 3 muestra el comportamiento promedio de cada indicador en los últimos cinco años. Ha ocurrido un salto cualitativo fundamentalmente dado por la actitud consciente ante la gestión ambiental de directivos y trabajadores pero no menos importante debido a que el financiamiento destinado y su ejecución han permitido el cumplimiento de acciones primordiales de los programas, todo lo cual ha conllevado a la obtención del aval del cumplimiento legal establecido por el organismo regulador, que corresponde al Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (CITMA).

**TABLA 3. Resultados de los indicadores de la gestión ambiental.**

Indicadores	Promedio
Cumplimiento de legislación aplicable (CLA)	93,3
Uso eficaz del financiamiento (UEF)	100
Tecnología compatible con el medio ambiente (TCA)	87
Residuos sólidos reciclables (RSR)	90
Consumo de la energía eléctrica (CEE)	99
Cumplimiento de las medidas de ahorro y uso racional del recurso agua (CPAURA)	88
Cumplimiento del plan de capacitación ambiental (CPCA)	97

Fuente: Elaboración propia.

El indicador residuos sólidos reciclables (RSR) se calculó en base al total de residuales identificados, incluyendo los peligrosos. La gestión es efectiva a partir del 2013 pues más del 80% de los residuos se reciclan o reutilizan. En el indicador UEF (uso eficaz del financiamiento) es válido destacar que cada año se ha logrado la aprobación de mayores valores para financiar inversiones o reposición de equipos que redundan en la mejora de la gestión ambiental. En el indicador cumplimiento de las medidas de ahorro y uso racional del recurso agua (CPAURA) inciden importantes medidas pendientes como solución de fugas, reutilización de aguas residuales de la piscina para el riego. En el indicador cumplimiento de legislación aplicable (CLA) y tecnología compatible con el medio ambiente (TCA) han evidenciado mayor efectividad a partir las inversiones ejecutadas en el período 2012-2014. En cuanto al indicador consumo

de la energía eléctrica (CEE) en 2014 superó el 100 % lo que demuestra ineficacia; sin embargo la empresa Islazul plantea que esta situación está dada debido a que el plan de KW a consumir fue similar al de 2012, año en el que fue menor el consumo aprobado ya que se ejecutó la reparación capital de la piscina.

- Paso 12. Control del cumplimiento de las acciones.** El programa de acciones ambientales es revisado sistemáticamente por el EGA con el objetivo de rectificar alguna deficiencia o no conformidad que surja. De las 87 acciones propuestas al inicio de la investigación se han cumplido 78 para un 89,7%; quedan por realizar fundamentalmente las acciones siguientes: (i) Buscar soluciones para el aprovechamiento de aguas residuales en el riego de jardines. Hay que solicitar a la inmobiliaria la posibilidad de crear un reservorio para

las aguas de la limpieza de la piscina y que puedan ser monitoreadas y reutilizadas en la jardinería. (ii) Favorecer la anidación de aves mediante la construcción e instalación de nidos artificiales dentro de las áreas de la Villa donde los clientes puedan observar las aves. (iii) Hacer una mini-colección de plantas endémicas en un área que sirva para la educación ambiental de clientes, trabajadores y comunidad. (iv) Identificar el arbolado con sus nombres científicos y vulgares para lograr una apreciación activa de la naturaleza por parte de los clientes. (v) Construir el vivero y dotarlo de las condiciones para hacerlo funcional.

- **Paso 13. Comunicación de los resultados.** La declaración de la política ambiental expuesta a la vista de clientes y visitantes, proveedores y trabajadores es un instrumento para informar sobre el compromiso ambiental de la Villa. Los resultados de la evaluación del proceso de gestión ambiental fueron comunicados por el Consejo de Dirección a los trabajadores, en los consejos de dirección respectivos al grupo Islazul y a la Delegación territorial del MINTUR de Holguín. El resultado positivo alcanzado en esta instalación hotelera permitió a la empresa Islazul generalizar a todas sus instalaciones este Sistema de Gestión Ambiental. La experiencia del diseño del Sistema de Gestión Ambiental de la Villa Mirador de Mayabe se socializó en el evento científico III Simposio Territorial de Calidad del Turismo de Holguín. Los resultados de un trabajo sostenido han propiciado la obtención de la Licencia Sanitaria y el aval del CITMA, el cual fue ratificado en el año 2014 y se mantiene vigente en el presente.

## CONCLUSIONES

El análisis del marco teórico-práctico demostró que no había sido abordado suficientemente la gestión ambiental en la Villa Mirador de Mayabe. La falta de una estructura adecuada y el desconocimiento de la materia limitaban al cumplimiento de directivas a nivel administrativo, así como el no haber otra instalación con la marca Masnatura que contara con un Sistema de Gestión Ambiental en Cuba.

La implementación del procedimiento general para la gestión ambiental en la Villa Mirador de Mayabe demostró

que el dicho procedimiento constituye una herramienta de intervención profesional a utilizar por los propios actores de la organización y contempla cada uno de los elementos que propician el desarrollo de acciones de diagnóstico y mejora, así como la evaluación de los resultados obtenidos en la implementación, con lo que se demuestra el cumplimiento del objetivo general planteado.

El procedimiento general para la gestión ambiental en la Villa Mirador de Mayabe permitió a la instalación hotelera formular e implementar estrategias efectivas para mejorar el medio ambiente y el uso responsable de recursos, adaptándose a los cambios del micro y macro entorno. Además, logró cambios favorables en la generalidad de los indicadores aplicados para su evaluación.

## REFERENCIAS

- Atencio, W. (2016).** Procedimiento para el diseño e implantación del sistema de gestión ambiental en la empresa inmobiliaria del turismo de Holguín. Tesis de Grado Científico de Máster en Gestión Ambiental. Facultad de Economía, Universidad de Holguín, Cuba.
- Carmona-Moreno, E., Magán-Díaz, A. (2008).** Estrategia ambiental: definición y tipologías. Disponible en <http://feeds.feedburner.com/GestioPolis> Consultado el 22 de enero de 15.
- Colectivo de autores. (2007).** Tabloide de medio ambiente: introducción al conocimiento del medio ambiente. Editorial Academia. 29p
- Cruz, E. (2010).** Modelo y procedimiento para la gestión ambiental de una zona costera turística Holguín. Diploma para optar al título de Licenciado en Turismo. Universidad de Holguín, Cuba.
- CITMA. Estrategia Ambiental Nacional. 2007/2010.** Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente. Cuba.
- CITMA. Estrategia Ambiental Nacional. 2011/2015.** Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente. Cuba.
- Estrategia Ambiental de la Cadena Islazul. (2006).** Portador digital.

**Colectivo de autores. (2003).** Medio ambiente, impacto y desarrollo. Colección de divulgación científica. Editorial Científico Técnica, p.128-129

**González-Abreu, B. (2016).** Procedimiento General para la gestión ambiental integral en el hotel Brisas Covarrubias de las Tunas. Tesis para optar al título de Especialista en Gestión Hotelera. Facultad de Ingeniería Industrial y Turismo, Universidad de Holguín.

**Ley 81 de Medioambiente. (1997).** Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (CITMA).

**Manual Operativo de la marca Masnatura. (2012).** Grupo hotelero Islazul. Diciembre.

**Marrero-Nápoles, L. (2010).** Propuesta de estructura organizativa para la gestión ambiental en el polo turístico Guardalavaca. Diploma para optar al título de Licenciado en Turismo. Universidad de Holguín.

**Norma Cubana NC 127. 2014.** Industria Turística. Requisitos para la clasificación por categorías de los establecimientos de alojamiento turístico.

**Norma Cubana NC 441. 2006** Salud ambiental. Piscinas.

Requisitos higiénico sanitarios seguridad.

**Norma Cubana NC ISO-14001.2004**-Sistema de Gestión Ambiental-Especificaciones con guías para su uso.

**Ochoa-Ávila, M. (2014).** Tecnología para la gestión ambiental integral en instituciones escolares. Aplicación en Holguín. Tesis de Grado Científico de Doctor en Ciencias Técnicas.

**Oficina Nacional de Estadística. (2015).** Anuario estadístico provincia de Holguín 2014. Portador digital.

**Organización Mundial del Turismo (OMT). (1996).** Diary 21 for travel and tourism industry. Towards Environmentally Sustainable Development, Madrid, 175p.

**Polanco-Charchabal, P. (2014).** Estrategia para el desarrollo del turismo de naturaleza y de aventuras en el destino Holguín. Diploma para optar al título de Licenciado en Turismo. Universidad de Holguín, Cuba.

**Salinas-Chávez, E., Salinas, E., Echarri, M. (2008).** Geografía turística de Cuba. Apuntes. La Habana. Editorial Feliz Varela.

# Manejo de visitantes y atención del turista en áreas protegidas costeras. Estudio de la capacidad de carga en el Parque Nacional Marino Ballena, Costa Rica

## Managing visitors and the tourists' attention in protected coastal areas. Load capacity study in Marino Ballena National Park, Costa Rica

Félix Zumbardo Morales <sup>1</sup>

**Resumen:** En un área natural protegida el estudio de la capacidad de carga debe considerar un enfoque sistémico como base del proceso de planificación. La capacidad de carga se establece como el número de visitantes que pueden realizar una visita a una zona turística sin que esto ponga en riesgo los recursos naturales de la zona. El objetivo principal de esta investigación fue determinar la capacidad de carga, en este caso del Parque Nacional Marino Ballena, ubicado en la provincia de Puntarenas en Costa Rica. La metodología de trabajo fue mixta, realizando análisis cuantitativo y cualitativo en las diferentes etapas. Se utilizaron herramientas como la entrevista, observación (participante y no participante), giras de trabajo de campo, registro fotográfico, análisis en sistemas de información geográfica, análisis de fotografías aéreas e imágenes multi-espectrales, análisis de los Planes de Manejo, relaciones espaciales entre las áreas protegidas y sus zonas de influencia, y adecuación de metodologías de capacidad de carga a las características de la zona. Los resultados muestran la necesidad de inversión en contratación de personal e infraestructura para la adecuada atención del turismo, sin desmejorar los objetivos de conservación del sitio. Se determinó el número máximo de visitantes para las cuatro entradas del parque y se generaron mapas donde se indican los sitios para la colocación de nuevas baterías sanitarias y torres de vigilancia. Una importante implicancia de este trabajo es que los estudios de capacidad de carga, límites de cambio aceptable o manejos de visitación en áreas protegidas deben adaptarse a las condiciones de los sistemas donde se aplicarán los análisis.

**Palabras clave:** Área natural protegida, capacidad de carga,

zona turística, conservación, manejos de visitación.

**Abstract:** In a protected natural area, a load capacity study must use a systemic approach as the basis for the planning process. Load capacity is determined as the number of visitors who can visit a tourist zone without putting the area's natural resources at risk. The main objective of this investigation was to determine the load capacity in the case of the Marino Ballena National Park, located in Puntarenas Province in Costa Rica. The work methodology was mixed, conducting quantitative and qualitative analyses at different stages. Tools such as the interview, (participant and non-participant) observation, working field trips, photographic records, analyses in geographic information systems, analyses of aerial photographs and multispectral images, analyses of the management plans, spatial relations between the protected areas and their areas of influence and adjustment of load capacity methodologies to the characteristics of the zone were used. The results show the need to invest in personnel and infrastructure for the suitable attention to tourism, without diminishing the conservation goals of the site. The maximum number of visitors for the four park entrances was determined and maps were drawn indicating the sites to place new lavatory facilities and watchtowers. An important implication of this work is that load capacity studies, limits of acceptable change or visitor management in protected areas must adapt to the conditions of the systems where the analyses will be applied.

**Keywords:** Protected natural area, load capacity, tourist zone, conservation, visitor management.

(Presentado: 19 de enero de 2017. Aceptado: 15 de marzo de 2017)

<sup>1</sup> M.Sc. Programa de Investigación en Desarrollo Urbano Sostenible ProDUS, Universidad de Costa Rica (UCR). E-mail: felzum@gmail.com



## INTRODUCCIÓN

Esta investigación es parte del “Estudio de capacidad de carga del sector terrestre del Parque Nacional Marino Ballena, Costa Rica”, elaborado por el equipo interdisciplinario del Programa de Investigación en Desarrollo Urbano Sostenible (ProDUS) de la Universidad de Costa Rica durante los años 2013 a 2014. El proyecto se generó en conjunto con los estudios del plan eco regional del Área de Conservación de Osa (ACOSA) y con la elaboración del reglamento de uso del suelo del Plan de Manejo del humedal Térraba Sierpe. Los fondos para la elaboración del proyecto fueron del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

La primera parte del proyecto presenta los resultados en el tema de los argumentos teóricos de elaboración de estudios de capacidad de carga y de límites de cambio aceptables. Posteriormente se genera un resumen de la información recopilada sobre los ecosistemas presentes en la zona de estudio, sus características, amenazas y vulnerabilidades. Se generaron listados de las especies u objetos de conservación presentes y una ficha resumen de aquellas especies que presentan algún estado de vulnerabilidad o peligro según las listas de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) y de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES). La planificación ecorregional y el análisis de los objetos de conservación son principios que se utilizaron como ejes transversales en el desarrollo de la investigación. Continuando con el desarrollo del estudio, se presentan los resultados del análisis del sistema turístico de la zona. En esta fase se tomaron en cuenta las condiciones de infraestructura, superestructura, oferta, demanda, accesibilidad entre otros aspectos.

Posterior al análisis del sector turístico se muestran los datos descriptivos y resultados del análisis del Parque Nacional Marino Ballena (PNMB) y del Humedal Térraba Sierpe. Se analizaron los servicios y gestión administrativa que se realiza en el parque. Como resultado se generó un listado de recomendaciones de inversión y gestión del componente turístico en cada área protegida. Las recomendaciones incluyen datos sobre cálculo de baterías sanitarias, torres de vigilancia, personal a contratar, educación ambiental, ejemplos de diseños de puntos de servicios turísticos, etc. Posteriormente se calcularon las capacidades de carga de cada zona. En este artículo se expone únicamen-

te el caso del estudio de capacidad de carga del PNMB.

### Descripción general del Parque Nacional Marino Ballena

El PNMB se ubica en la provincia de Puntarenas, Costa Rica. Incluye la porción marina de la Bahía Ballena a partir de la pleamar ordinaria, abarcando una extensión de cerca de 5.160 ha marinas y 171 ha terrestres, con una franja costera de 15 km de largo. Los límites terrestres del PNMB corren por la línea de mojones oficiales que demarcan la zona pública inalienable, con la restringida de la zona marítima terrestre y el borde de los humedales y manglares adyacentes. El límite marítimo lo constituye una línea imaginaria que encierra el cordón de arrecifes rocosos formados por el Tómbolo de Punta Uvita, Isla Ballena, Tres Hermanas y sus alrededores, originada en la boca del río Higuierón o Morete, terminando en Punta Piñuela (Lagunas et al., 2002)

Según la División de Fiscalización Operativa y Evaluativa (DFOE, 2005) del Área de Servicios Agropecuarios y de Medio Ambiente de la Contraloría General de la República, en su parte terrestre el PNMB comprende las Playas Hermosa, Uvita, Arco, Ballena y Piñuela. Dentro de la bahía se localizan la Isla Ballena, las rocas Tres Hermanas y el Tómbolo de Punta Uvita. Las comunidades y arrecifes coralinos se encuentran en el área de las rocas Tres Hermanas, Bajo Ballena y al norte del Tómbolo.

Este PNMB es el primero que se crea en Costa Rica para proteger exclusivamente ambientes marinos y estuarinos. La administración del PNMB está a cargo del Área de Conservación de Osa (ACOSA), sub-región de Diquís, y los usos de los recursos que ofrece son la pesca deportiva y artesanal, el turismo de playa, zonas de acampar, tours para observar las ballenas y delfines, el buceo con snorkel y caminatas por el manglar (DFOE, 2005). El PNMB cuenta con un área de 50 m después de la marea alta, alrededor de la franja intermareal. Según Lagunas et al. (2002) esta distancia le confiere algunos problemas como los siguientes:

- El mar está ganando tierra, lo que puede verse ya que por ejemplo el mojón 60, colocado en 1980, a 50 m de la pleamar, hoy está a 17 m y mojones colocados en el año 2000 se encuentran hoy a 25 m de los que fueron colocados en 1980, lo que evidencia la dinámica asociada a la erosión costera (Arias et al., 2002).

- No hay una zona de amortiguamiento real que proteja los sistemas marinos. Las zonas costeras no pueden dividirse en partes aisladas para ser conservadas independientemente y se ven afectadas por actividades terrestres y marinas (Sierra et al., 2006).

Según datos de la Fundación de la Universidad de Costa Rica para la Investigación (UCR-FUNDEVI, 1995), con respecto a los usuarios se describen cinco tipos: los que llegan a disfrutar del sol y playa, los que bucean con tanques o snorkel, pescadores artesanales locales, pequeñas embarcaciones de turismo y un grupo de indígenas que una vez al año acampa en Punta Piñuela para colectar moluscos.

### Resumen de los ecosistemas presentes en el PNMB y sus vulnerabilidades

La fauna del PNMB es característica de zonas costeras abiertas ya que su área terrestre corresponde sólo a la franja marino costera. Sin embargo, isla Ballena es importante como sitio de anidación del ibis blanco o coco (*Eudocimus albus*), especie poco común en tierras bajas, con pocos sitios de anidación. Otras especies utilizan la isla como paradero como la tijereta de mar (*Fregata magnificens*) y el piquero (*Sula leucogaster*). También se pueden encontrar iguanas, garrobos y cherepos.

Se han identificado dos sitios prioritarios en donde la fauna puede verse amenazada: Isla Ballena y el manglar (hábitat de varias especies de murciélagos, aves y reptiles). Lo limitado del área terrestre hace que la vegetación esté restringida a pocas especies, la mayoría de ambientes secundarios. Los parches de bosque más importantes están en Punta Ballena en la finca de John Tressemer y en Punta Piñuela. En el primero abundan los árboles de ojoche (*Brosimum utile* y *B. alicestrum*) y cedro maría (*Calophyllum brasilense*). En el segundo los cedro maría de gran tamaño se entremezclan con algunos árboles de chicosapote (*Manilca chicle*) y lagartillo (*Lacmelea panamensis*). El manglar, en estero negro y alrededores, está formado por *Rhizophora mangle*, *R. racemosa*, *Avicennia germinans*, *Laguncularia racemosa* y *Conocarpus erectus*. Es un sitio de reproducción, alimentación y refugio de muchas especies marinas y funciona como filtro de sedimentos y contaminantes. Sin embargo todos los bordes del manglar están muy alterados, tanto por la conversión de tierras a potreros y terrenos agrícolas como por la construcción de viviendas y restos de basura, peces, combustibles y aceites. El PNMB tiene la particularidad de proteger una co-

munidad arrecifal costera en buen estado, que está compuesta por algas, corales, octocorales y otros organismos asociados que se distribuyen en los islotes y bajos que componen el PNMB.

El coral que domina la mayoría de los parches arrecifales es *Porites lobata* presente en todo el rango de profundidades. En las zonas más afectadas por la turbulencia y los sedimentos en resuspensión se encuentran principalmente *Pavona gigantea* y en menor cantidad *Pavona clavus*. Otros corales como *Psillopora* sp., *Pavona varians* y *Psammocora* sp. son frecuentes pero no abundantes. Los octocorales alcanzan coberturas de hasta el 72% en los Bajos Ballena y Escondido y sobre todo en el lado oceánico de la isla Ballena, donde es frecuente observar tiburones de aleta blanca y delfines. Punta Uvita y el Tómbolo, muy frecuentados por turistas, tienen gran desarrollo de corales que fueron afectados por El Niño de 1992 y 1998, también por las anclas, la pesca y la extracción de langostas, ostras y cambutes (UCR-FUNDEVI, 1995). Las ballenas jorobadas (*Megaptera novaengliae*) usan las aguas del PNMB como zona para pasar el invierno (wintering area) y se han visto hembras reproductivas, machos cantando y grupos reproductivamente activos. También se han registrado otras cinco especies de mamíferos marinos (*Calambokidis* et al., 1996; *Calambokidis* 1999). Los peces son más abundantes en los sitios oceánicos y expuestos como isla Ballena, Bajos Escondido y Ballena que en los protegidos y someros (secciones internas del Tómbolo y Tres Hermanas) por lo que son más visitados por los pescadores. En el año 1985 y en 1992 se encontraron langostas y cambutes respectivamente, pero en el año 1995 ya no se avistaron por el impacto de prácticas de extracción de cambute, ostras y langostas, así como pesca ilegal de tiburón y pargos.

El PNMB presenta problemas de sedimentación por exposición a la deforestación de la Fila Costeña a través de las cuencas de los ríos, lo que sumado a la afluencia turística y la falta de control amenaza el recurso marino del Parque (UCR-FUNDEVI, 1995).

El PNMB posee un total de 17 especies de corales (12 hermatípicos: *Pavona clavus*, *Pavona frondifera*, *Pavona gigantea*, *Pavona varians*, *Pavona maldivensis*, *Pocillopora damicornis*, *Pocillopora elegans*, *Porites lobata*, *Porites panamensis*, *Psammocora obtusangula*, *Psammocora stellata*, *Psammocora superficialis*) y 5 ahermatípicos (*Astrangia dentata*, *Astrangia ecuatorialis*, *Oulangia bradleyi* y

Tubastrea coccinea). La mayoría está formada por cuatro especies formadoras de arrecifes (hermatípicos) Porites lobata, Pavona clavus, Pocillopora elegans y Psammocora stellata lo cual convierte al PNMB en una de las zonas del Pacífico central-sur con mayor número de especies. Ocupando el segundo lugar después de la Isla del Caño, la que posee un total de 18 especies de corales (15 especies hermatípicas y tres ahermatípicas).

A estas dos zonas les sigue en riqueza de especies, el Parque Nacional Corcovado con 11 especies de corales hermatípicos y Golfo Dulce con nueve especies (seis hermatípicos y tres ahermatípicos). Las diferencias radican en la presencia de dos especies que se encuentran en todas esas zonas, pero que en el PNMB no se han encontrado o no se encuentran del todo como lo son Gardineroseris planulata y Pocillopora eydouxi. Asimismo, la Isla del Caño posee otra especie de coral que solo se encuentra en este sitio para toda la zona, Pocillopora capitata. Aunque hasta el momento el PNMB es el sitio con mayor número de especies de corales ahermatípicos de la región, con cinco especies, es probable que las otras zonas posean un número mayor o similar que puede ser evidente con nuevos trabajos en esos sitios (Alvarado, 2004).

### La capacidad de carga y su uso en turismo

La capacidad de carga se establece como el número de visitantes que pueden realizar una visita a una zona turística sin que esto ponga en riesgo los recursos naturales de la zona. Generalmente este dato se obtiene de calcular la capacidad de carga física (CCF) del lugar; posteriormente se desarrollan una serie de cálculos que incluyen en la ecuación todos los factores que pueden reducir esa CCF, por ejemplo los factores climáticos, la topografía, los tiempos de visita, la vulnerabilidad de las especies presentes, el horario de apertura y cierre de los atractivos.

### Capacidad de carga física de las playas

Tomando las definiciones de autores como Pearce y Kirk (1986), Kostopoulou & Kyrials (2006), Maldonado & Montagnini (2004), Broadbent et al. (2012), y Betancourt y Herrera (2006) se puede definir la CCF como el límite máximo de visitantes que pueden estar en un espacio determinado en un tiempo establecido, asumiendo que cualquier ser vivo necesita un espacio mínimo para movilizarse y sentirse a gusto al realizar cualquier actividad, en este caso el turismo. Según Cifuentes (1992) la CCF es el límite máximo de visitas que se pueden hacer al sitio

según el espacio y tiempo disponibles. La fórmula para calcular la CCF es  $CCF = (S/SP * NV)$  donde S es la superficie disponible en metros lineales para cada sitio. Para las áreas recreativas se tomó en cuenta el área total (m<sup>2</sup>) y para los senderos, la longitud. SP es la superficie usada por una persona. NV es el número de veces que el sitio puede ser visitado por una misma persona en un día; este se determina con la fórmula  $NV = Hv/Tv$  donde Hv es el horario de visita y Tv es el tiempo necesario para visitar o recorrer cada sitio. En los sitios que ofrecen un recorrido de doble sentido, es decir que el visitante utiliza la misma ruta para la entrada y salida, la longitud total del sendero se dividió entre dos para realizar los cálculos

Para que los datos sobre capacidad de carga tomen en cuenta no sólo la CCF se desarrollan otros parámetros que logran obtener la capacidad de carga real de las zonas. La capacidad de carga real (CCR) es el límite de visitas que se pueden realizar a un lugar luego de que la CCF ha sido sometida a factores de corrección que deben establecerse en función de cada lugar. Dentro de los principales parámetros que se toman como factores de corrección están la accesibilidad, la erodabilidad, el anegamiento, la precipitación, espacio ocupado por cada persona según la actividad a realizar, tiempo de apertura y atención del visitante. Siguiendo a Cifuentes (1992) la fórmula general para calcular los factores de corrección es  $FCx = 1 - (m/x / mt)$  donde FCX es el factor de corrección para la variable x, m/x es la magnitud limitante de la variable x y mt es la magnitud total de la variable x. Una vez que se obtienen los diferentes factores de corrección se puede utilizar la siguiente fórmula para calcular la CCR como  $CCR = CCF(F-C1 * FC2 * FCn...)$ . Posteriormente, Cifuentes (1992) indica que se debe calcular la capacidad de carga efectiva (CCE), la cual se refiere al límite máximo de visitantes que se pueden permitir en una zona dada y la capacidad operativa de ordenarlas y brindarles un servicio adecuado. Entonces  $P CCE = CCR * CM$  donde CM es el porcentaje de la capacidad de manejo (CM). La CM se desarrolla mediante la evaluación de los servicios y la infraestructura que se desarrolla en una zona. Se genera un factor por el que se multiplica la CCR y se obtiene un valor de CCE. Así  $CCE = CCR * CM$ . Para la medición de la CM se tomaron en cuenta tres variables: personas, infraestructura y equipamiento. Según Brenes et al. (2004) las variables de infraestructura y equipamiento se valoran en base a los criterios de cantidad, estado, localización y funcionalidad. (i) La cantidad se calificó tomando en cuenta la relación entre la cantidad existente

y la cantidad óptima. Posteriormente el valor porcentual debe ser llevado a la escala de 0-4. (ii) El estado debe ser evaluado con base a las condiciones de conservación y uso de cada componente, tales como su mantenimiento, limpieza y seguridad permitiendo el uso adecuado de la estación o equipo. (iii) La localización en razón de la ubicación y distribución apropiada de los componentes y la

facilidad de acceso a los mismos. (iv) La funcionalidad es la utilidad práctica que tiene un determinado componente para el personal o los visitantes, por lo tanto, la funcionalidad es el resultado de una combinación entre estado y la localización de la infraestructura o equipo. Según Brenes et al. (2004) cada criterio debe recibir un valor calificado según la escala adaptada de la norma ISO 10004 (Tabla 1).

**TABLA 1. Escala de calificación para evaluar los servicios turísticos en el cálculo de capacidad de manejo.**

Escala de calificación adaptación de la norma ISO 10004

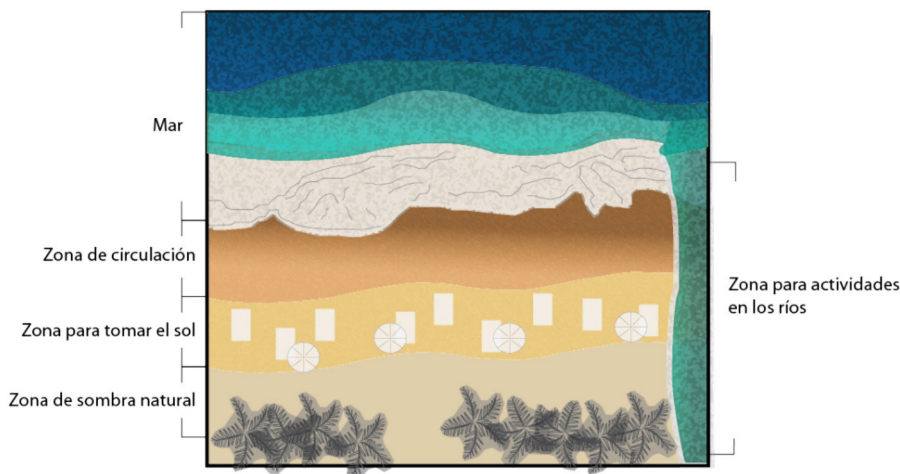
(%)	Valor	Calificación
≤ 35	0	Insatisfactorio
36 - 50	1	Poco satisfactorio
51 - 75	2	Medianamente satisfactorio
76 - 89	3	Satisfactorio
≥ 90	4	Muy satisfactorio

Fuente: Brenes et al. (2004).

**Particularidades de la capacidad de carga en playas**  
 Betancourt & Herrera (2006) establecen que es necesario establecer una zonificación según el tipo de uso que se da en las playas. Esto especialmente en las zonas donde se desea elaborar un estudio de CCF. Se recomienda dividir la playa en sectores según criterios

de ocupación, uso y relaciones funcionales entre las zonas que conforman la playa. Utilizando como base la teoría que recomiendan Betancourt & Herrera (2006) se procedió a generar una clasificación que se adecuará a las características de las playas que se encuentran dentro del PNMB (Figura 1).

**FIGURA 1. Sectores según el uso que se da en las playas del PNMB.**

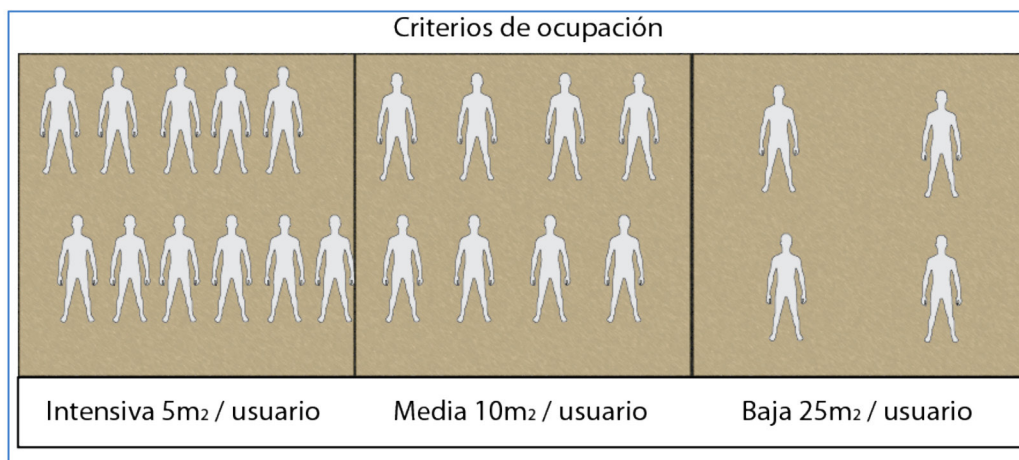


Fuente: elaborado en ProDUS modificado de Betancourt & Herrera (2006).

Las secciones de playa varían conforme suben o bajan las mareas y pueden desaparecer de la playa durante algunas horas del día. A continuación se definen las zonas principales zonas que se pueden encontrar en las playas del PNMB:

- Zona de circulación. Corresponde al sector de la arena que está en contacto con el oleaje, la temperatura de la arena es la más baja de la playa, la arena esta compacta y húmeda. En este espacio acostumbran caminar las personas, correr y es el sitio ideal para que los niños jueguen y se bañen bajo la supervisión de los adultos, es el espacio que se usa para ingresar y salir del mar. Zona no apta para dejar las pertenencias o para colocar sillas de playa, paños y petates para tomar el sol.
  - Zona para tomar el sol. Este espacio se encuentra limitando con la zona de circulación. Se caracteriza porque la arena tiene la mayor temperatura en la playa, no hay contacto con el oleaje y no existe vegetación. Pueden encontrarse conchas y piedras dependiendo de las características de la playa. En este sitio se acostumbra tomar el sol, jugar fútbol de playa, voleibol, se dejan las pertenencias como maletines, hieleras, paños. En algunas playas este espacio es muy reducido y puede no existir.
  - Zona de sombra natural. Sección de la playa que se encuentra junto a la zona de tomar el sol. Puede o no estar presente. En algunos sectores del PNMB la zona de tomar el sol limita con parches de bosque o con laderas de fuerte pendiente por lo que no existe zona de sombra natural. Las principales especies que se encuentran en esta zona son el almendro de playa *Terminalia catappa* y los cocoteros *Cocos nucifera*. Este espacio se utiliza para tomar la sombra, desayunar, almorzar, descansar, tomar siestas, protegerse del sol, resguardar las pertenencias.
  - Zonas para actividades en los ríos. Presente solo en aquellas playas donde se encuentra la desembocadura de un río. La presencia del agua dulce crea un espacio muy atractivo para los visitantes. Los turistas suelen buscar esta zona para bañarse en las pozas de agua dulce, o para bañarse y limpiar el cuerpo de la arena y la sal que se acumula durante los baños en el mar. En las márgenes de los ríos o riachuelos se encuentran árboles o arbustos que son los primeros espacios en ocuparse debido a la sombra.
- Como segundo punto luego de la división de las zonas en estos sectores se debe establecer el espacio por usuario con el que se va a determinar la capacidad del lugar (Figura 2).

FIGURA 2. Criterios de ocupación en playas.



Fuente: Elaborado en ProDUS con información de Betancourt & Herrera (2006).

La búsqueda en la literatura sobre el tema de ocupación en playas da como resultado valores en metros cuadrados por usuario. Las cifras se aproximan en la mayoría de los casos y corresponden con el tipo de zona y con la vivencia que se desea experimente el visitante. Los valores para una ocupación baja se mencionan en 20 o 25 metros cuadrados por usuario. Vaz et al. (2009) y Ariza et al. (2010) sugieren un óptimo de 8 m<sup>2</sup> por usuario para asegurarse que el visitante tenga una experiencia agradable en la playa. Yepes (2002), menciona como óptimo 5 m<sup>2</sup> por usuario como la capacidad de carga confortable para la zona de reposo. Debido a que las playas de la zona de estudio corresponden a un parque nacional, con poblaciones de coral en peligro y cuya experiencia de disfrute debe diferenciarse de aquella que se desarrolla en una playa no ubicada en un parque nacional se decidió utilizar el valor de criterio de ocupación de 25 m<sup>2</sup> por usuario, el cual es bajo según Betancourt & Herrera 2006.

En el tema del uso de estas zonas se debe analizar la dinámica del uso de las playas y como los distintos tipos de visitante se apropian de los espacios y realizan actividades. Cada playa posee una dinámica diferente. Los visitantes crean una identidad propia en cada espacio y otorgan a las playas una diversidad única. Se pueden citar playas visitadas para tomar el sol, para bañarse, playas para practicar surf, playas de pesca artesanal desde la orilla como el caso de playa Tamales en Puerto Jiménez, playas para prácticas de buceo superficial (snorkel), entre otras actividades. Este es un tema de estudio que requiere de análisis posteriores para lograr profundizar y entender totalmente las interacciones del sistema que ocurren en cada uno de los espacios geográficos que ocupan las playas costarricenses.

### **Estado actual y vulnerabilidad**

Los ecosistemas de toda la península de Osa enfrentan serias amenazas que ponen en riesgo su supervivencia. Como muestra de toda la presión que se está generando se pueden citar los documentos generados por el tribunal ambiental durante las barridas ambientales que se han realizado en los últimos años en Osa. En el documento "Un Tesoro en Peligro, informe especial de las cuatro barridas ambientales realizadas en Osa por el Tribunal Ambiental de Costa Rica 2008-2009-2010" el Tribunal expresa que la belleza natural única de Osa está atrayendo a empresas in-

mobiliarias y turísticas que, en los últimos años, han provocado un boom en el crecimiento de la construcción cuyos primeros resultados arrojan un saldo negativo para el ambiente. Sólo en el 2007 la Municipalidad de Osa otorgó 406 permisos nuevos de construcción, lo que representó un aumento del 202% en el número de construcciones con respecto al año anterior. De ahí en adelante la presión hacia los recursos naturales ha sido constante, especialmente en el litoral costero y en las filas montañosas del sector norte del cantón, conocida como la fila costeña de Osa.

Este "boom" inmobiliario se orienta especialmente a la construcción de condominios privados, urbanizaciones, casas de lujo y hoteles en el área costera y en las filas montañosas. En el año 2008 el Tribunal Ambiental Administrativo realizó sus dos primeras barridas ambientales en la fila costeña y en Sierpe de Osa, y pudo constatar el serpenteo de caminos montaña adentro en áreas de bosque; la gran cantidad de "planchés" y movimientos de tierra para lotificación y desarrollos inmobiliarios; la tala y envenenamiento de árboles a fin de eliminarlos para establecer construcciones o para obtener mejores vistas; la ruptura inicial de corredores biológicos, como el área aledaña al Corredor Biológico del Paso de la Danta; la afectación de nacientes y zonas de acuíferos como el área donde nace el río Balzar; la sedimentación de ríos y quebradas que van llevando esta contaminación hasta el mar y hasta los arrecifes; el soterramiento de humedales y la afectación incluso de un santuario natural como la Laguna de Sierpe, que es sitio Ramsar (Humedales de Importancia Internacional, por la Convención de Ramsar, Irán, de 1971). También empiezan a presentarse casos de construcciones en la Reserva Forestal de Golfo Dulce, así como caminos sin los debidos estudios ni permisos.

En el caso de la erosión el Tribunal Ambiental expresa que "El incremento de la erosión es una de las consecuencias más directas y graves del boom inmobiliario en la Fila Costeña y las filas montañosas del Golfo Dulce. La intensidad de la erosión depende básicamente de cuatro factores: el tipo de suelo, la precipitación, la pendiente y la intensidad del proceso constructivo. En las filas montañosas del cantón de Osa se combinan estos cuatro factores en la dirección a tasas de erosión máximas: (i) alta precipitación (con valores muy altos al final de la estación lluviosa, agosto-noviembre, agravando el efecto erosivo), (ii) suelos arci-

llosos, fácilmente afectados por la remoción de partículas por la fuerza del agua, (iii) pendientes fuertes, características de las filas montañosas de Osa y particularmente la Fila Costeña, y (iv) construcciones con uso de maquinaria pesada, realizándose muchas veces en áreas más altas al final de fuertes pendientes, con masivos movimientos de tierra y cambios en el nivel del suelo”.

Uno de los principales impactos de la erosión en la zona es la destrucción de los corales en el PNMB. Fernández (2009) sugiere que los principales impactos negativos de los sedimentos en el coral del PNMB son los siguientes:

- El sedimento evita que entre la luz.
- Los sedimentos imita la alimentación de los corales.
- Las partículas entierra el coral.
- El sedimento vuelve más susceptible a los corales para adquirir enfermedades.
- Los corales se debilitan y finalmente mueren.

En el plano turístico una de las consecuencias que se tiene es que los turistas no pueden practicar actividades recreativas acuáticas como el snorkel debido a la turbidez del agua. Según el personal del PNMB entrevistado en el mes de julio del año 2013 este problema se presenta siempre en la época lluviosa. Con respecto a la sedimentación, el mismo problema se está presentando en el sector del Humedal Térraba Sierpe, durante una reunión realizada en Ajuntaderas el mes de junio del año 2013 entre el personal de Programa de Investigación en Desarrollo Urbano Sostenible de la Universidad de Costa Rica (ProDUS-UCR) y los habitantes del humedal; los vecinos expresaron su preocupación debido a que según su opinión, las actividades agropecuarias de los cantones de Pérez Zeledón y Buenos Aires estaban causando grandes cantidades de sedimentos que son arrastrados hasta los ríos que desembocan en el humedal, por ejemplo el Río Grande de Térraba. El arrastre de los sedimentos causa que los canales sean menos profundos y se afecte la navegabilidad en los canales. Otra de las consecuencias es que se afecta la producción de piangua (*Anadara tuberculosa*) debido a que los sedimentos pueden enterrar los bancos de arena donde viven estos moluscos. Otros de los impactos ambientales citados por el Tribunal Ambiental que se están generando en el cantón de Osa y que pueden poner en riesgo los ecosistemas naturales, que son los principales atractivos naturales del cantón, son los siguientes:

- Amenaza en materia de cantidad y calidad de aguas superficiales y subterráneas, esto como consecuencias de la erosión por construcciones en la parte alta de la cuenca.
- Destrucción de manantiales (afloramientos de agua superficial). La construcción y ampliación intensiva de caminos y terrazas puede impactar los manantiales del agua directa o indirectamente, ya que las áreas de protección ríos y quebradas en las comunidades se irrespetan constantemente en la Fila Costeña y Mogos. Sin embargo, el efecto más frecuente que puede encontrarse en estas condiciones es la contaminación por sedimentos del agua superficial.
- Disminución de la recarga de acuíferos profundos (pozos). La impermeabilización del suelo, producto de la eliminación de la protección vegetal, la compactación de los suelos y su recubrimiento con lastre, cemento o concreto, llevará a una disminución de la infiltración de agua hacia los acuíferos más profundos, afectando la disponibilidad de agua de los pozos en las elevaciones más bajas de la Fila Costeña y del área costera. La contaminación de los pozos del área costera con agua de mar, es uno de los peligros potenciales del aumento del consumo y la disminución de la recarga de los acuíferos como producto de la urbanización en áreas montañosas.
- Contaminación de aguas por sedimentos y daño a la vida en ríos y el área costera.
- Destrucción de la biodiversidad marina y terrestre.

### **Infraestructura turística y servicios presentes en el PNMB Entradas oficiales del parque**

El PNMB presenta cuatro puestos de entrada. Estos puestos se ubican en las playas de Ballena, Colonia, Piñuela y Uvita. Las oficinas administrativas centrales se encuentran en la zona de Ballena (Tabla 2).

### **Personal del parque**

Al año 2014 el PNMB contaba con 12 personas para cubrir todas las necesidades. Debido a los horarios cuando 6 personas entran a trabajar otras 6 personas salen a sus días de descanso. Como política se busca que siempre esté una persona en cada una de las entradas. Durante las giras de trabajo para la recolección de información se visitó en varias ocasiones la zona y en todas las visitas

se encontró el puesto de Piñuelas sin vigilancia y con las oficinas cerradas. Para las fechas de mayor visitación se refuerza el personal con funcionarios de otras áreas de conservación que son enviados como apoyo y con voluntarios. Para la semana santa del año 2013 se contaba con 63 personas trabajando en el parque. En esa fecha 8 personas ayudaban con la limpieza de los baños

y duchas, cada 5 minutos se limpiaban, 14 estudiantes repartían información. El personal considera que para lograr una operación eficiente del parque se necesitan 35 personas fijas, sin importar la distribución de los periodos de descanso. Esta estimación resultó cercana a los resultados del análisis efectuado por el personal del ProDUS-UCR.

**TABLA 2. Servicios al turista presentes en los cuatro puestos de control y entrada del PNMB.**

Puesto de control	Número de servicios al turista				
	Servicios sanitarios	Orinales secos	Duchas	Servicios sanitarios que cumplen la ley 7600	Zonas de acampar
Ballena	3	2	6	1	Sí
Colonia	5	4	10	1	Sí
Piñuelas	3	2	4	1	Sí
Uvita	2	1	2	1	No
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>22</b>	<b>4</b>	

Fuente: Levantamiento de campo realiza por personal del ProDUS-UCR (2013).

**Agua potable**

En el parque no se cuenta con el servicio de fuentes de agua potable para los visitantes. Únicamente existe agua para suplir las necesidades de los funcionarios que laboran en el PNMB.

**Equipo de transporte**

En cuanto al aspecto del transporte, el PNMB cuenta con una lancha que generalmente se ubica en la zona de Ballena. Se cuenta con autos para movilizar el personal y realizar tareas como sacar la basura que se genera. El personal del parque no cuenta con equipo de transporte para realizar sus patrullajes. Los recorridos los realizan caminando. Las embarcaciones que realizan los recorridos para observar ballenas ingresan por la zona de Ballena y realizan el desembarque en esa playa. La zona cuenta con 17 empresas de operadores turísticos que realizan los recorridos para la observación de ballenas. Según información del personal del parque en la época de mayor afluencia para observar cetáceos se encuentran en promedio 17 lanchas en la zona.

**Manejo de los residuos y basureros dentro del Parque**

Las autoridades del Sistema Nacional de Conservación tomaron la decisión en el año 2013 de eliminar los recipientes o contenedores para que los turistas depositaran la basura que generaban dentro del parque. La propuesta que se maneja actualmente busca incentivar a los visitantes para que se lleven a sus casas toda la basura que generan durante la visita al parque nacional. En entrevista efectuada en el mes de junio del año 2013, el administrador del PNMB, Bernadeth Zeledón expresó que este proyecto no estaba trabajando adecuadamente debido a que sólo uno de cada 10 visitantes se lleva la basura. La mayor parte deja los desechos en el parque o sacan la basura a las afueras y dejan las bolsas tiradas en la calle o en los lotes aledaños. Al ser consultados los visitantes sobre el manejo de los residuos, en general se percibe que es una excelente idea que las personas no depositen la basura dentro del parque. Sin embargo, en muchos casos los visitantes nacionales están dentro de una ruta o no van a regresar inmediatamente a sus hogares por los que no podrían transportar bolsas con desechos orgánicos por



varios días. Para los visitantes no residentes la situación se complica aún más, debido a que deberían depositar la basura en los hoteles donde se hospedan. La propuesta que dan los visitantes es que se genere un plan integral que involucre a la comunidad en el manejo de residuos. Que se coloquen en las afueras del parque contenedores para depositar los desechos de manera clasificada, lo que facilitaría su reciclaje y que los hoteles de la zona participen activamente. Actualmente las autoridades del parque sacan la basura en un camión y la transportan 20 km hasta el botadero ubicado en Palmar Norte.

Atención de emergencias, salvavidas y equipos de rescate  
En el PNMB no se cuenta con salvavidas o con torres de vigilancia. En el caso de presentarse una emergencia se debe llamar a la Cruz Roja que se ubica en Puerto Cortes, a 20 minutos de la comunidad donde se ubica el PNMB.

### Áreas de acampar y parqueos

Dentro del parque existen zonas en las que se dejan ingresar vehículos y en las que se puede acampar (Tabla 3). Como parte del trabajo realizado se procedió a inventariar estas zonas y sus características. Por ejemplo, se levantó con GPS la información del sitio y se calculó la capacidad máxima de usuarios que pueden utilizar el servicio. La administración del parque establece que dentro de los planes a corto plazo se espera cerrar estas zonas y que estos servicios se ubiquen en la zona fuera del parque. El ideal es que una empresa se encargue de brindar estos servicios. Para los cálculos de espacio de parqueo se utilizaron las medidas de 2,5 m x 5 m para parqueos. Para las zonas de camping se utilizó una medida de 72, 25 m<sup>2</sup> lo que incluye un espacio de parqueo incluido y los espacios correspondientes de calles y aceras, así como de facilidades como baterías de duchas y baños.

**TABLA 3. Servicios de área de estacionamiento y área de acampar existentes en el PNMB**

Sector	Área de estacionamiento	Capacidad de vehículos en las zonas de parqueos actual (m <sup>2</sup> )	Área de acampar actual (m <sup>2</sup> )	Capacidad para tiendas en la zona de acampar
Playa La Colonia	991	26	5.925	428
Playa Piñuela	3.074	52	2.289	10
Playa Ballena	877	22	3.173	12
Playa Uvita	358	10	0	0

Fuente: Elaborado en ProDUS-UCR (2013).

### Opinión de los empresarios locales sobre la zona

El día 23, 24, 25 de mayo del año 2013 se realizó el trabajo de campo en la zona aledaña al PNMB. Como parte del trabajo se realizaron entrevistas a los empresarios locales para conocer su opinión sobre la relación de la comunidad con el PNMB para establecer su opinión sobre los estudios de capacidad de carga y sobre los aspectos que se deben mejorar en el parque con respecto al sector turismo y ambiental.

Se realizaron 27 entrevistas a empresarios locales de las zonas aledañas al PNMB. Las preguntas que se efectuaron a los entrevistados incluían una evaluación de los servicios

que se están prestando en el PNMB y sobre las experiencias que han tenido como empresarios relacionados con el turismo en cuanto a los aspectos de seguridad, calidad en el servicio, problemas en el tema vial, atención de visitantes en las épocas de mayor visitación entre otros.

### Resultados sobre percepción de los servicios que se brindan en el parque

La percepción que tienen los empresarios entrevistados con respecto a los servicios que se brindan en el PNMB se presenta en la Tabla 4.

**TABLA 4. Opinión de los empresarios sobre los servicios que se brindan en el PNMB.**

Servicios	Bueno	% del total	Regular	% del total	Malo	% del total
Parqueo	0	0	6	22	21	78
Duchas y sanitarios	0	0	7	26	20	74
Seguridad	2	7	7	26	18	67
Manejo de residuos	5	19	11	41	11	41
Atención e información al turista	3	11	16	59	8	30

Fuente: Levantamiento de campo realiza por personal del ProDUS-UCR (2013).

El servicio con la mejor calificación fue el manejo de residuos, donde un 19% de los entrevistados opinó que se está dando un buen tratamiento a los residuos, un 11% como regular y un 41% como malo. La segunda mejor calificación la recibió el tema de la información que se entrega a los visitantes cuando ingresan al parque, este aspecto recibió un 11% de opiniones como bueno, un 59% como regular y un 30% como malo. Los servicios con la peor calificación fueron el sistema de parqueo, las duchas y sanitarios y la seguridad dentro del parque. Para el parqueo un 78% de los entrevistados opinó que el servicio es malo y un 22% lo calificó de regular, ninguna persona de las entrevistadas piensa que el parqueo sea bueno. Sobre el estado de las duchas y sanitarios un 74% de las personas respondieron que se encuentran en mal estado, un 26% en regular estado y nadie piensa que se encuentren en buen estado. En el tema de la seguridad un 67% de los entrevistados creen que la seguridad en el parque es mala, un 26% regular y un 2% buena.

- Sobre el tema del parqueo. El principal punto que señalan los empresarios es la falta de parqueos adecuados para recibir a los turistas. Según los entrevistados esto problema se reforzó con el cierre del parqueo de la entrada de Uvita. Las personas entrevistadas en su mayoría creen que como parte de los servicios del parque se deberían tener áreas de parqueo y no dejar que la empresa privada sea la que se encargue de ese punto. Expresan su malestar debido a que en las épocas de mayor visitación se da congestión en las entradas del parque, no hay zonas para que los autos puedan dar la vuelta y esto genera que los autos queden estacionados en la calle estorbando lo que además ha generado que se den robos a vehículos.

- Manejo de residuos. En el tema de manejo de residuos se expresa que no existe un plan de reciclaje en el parque. Los empresarios ven mal que desde hace un par de meses se eliminaran los basureros dentro del parque. Los administradores del PNMB explican que se está incentivando a los turistas para que cuando visiten la zona no generen residuos y si los generan que se los lleven con ellos. Este aspecto es muy controversial, los empresarios opinan que el efecto es negativo ya que los turistas sacan la basura fuera del parque y la dejan tirada en las calles de los poblados de las entradas. Además que los visitantes extranjeros muchas veces se encuentran de paso hacia otras zonas del país y no tienen conocimiento sobre donde dejar los residuos.
- Atención de los turistas. Este aspecto fue criticado debido a que los empresarios locales perciben que no hay suficiente personal capacitado para dar una buena atención al visitante. Según su opinión, en el parque sólo cobran la entrada y no dan buenas explicaciones a los turistas cuando llegan al sitio, no tienen mapas o rotulación adecuada y muchas veces la actitud de los funcionarios es muy negativa. Todos esos comentarios fueron expresados por muchos de los entrevistados.

**Plan de Manejo del Parque Marino Ballena**

El Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC, 2006) en el Plan de Manejo del Parque Nacional Marino Ballena establece tres sub-zonas en las que se divide el parque. Las zonas de invención alta, media y baja. La siguiente información proviene del Plan de Manejo del PNMB. El Plan de Manejo indica que en la zona de baja intensidad es posible experimentar un alto grado de naturalidad e integridad ecológica, una composición original de ecosistemas y es-

pecies de interés, o bien se avanza en su recuperación, hasta alcanzar una condición de buena salud ecológica. Dicha condición puede alcanzarse en interacción con actividades humanas de bajo impacto, que no alteren su integridad. el objetivo de esta zona es conservar ecosistemas, hábitat, especies y/o recursos naturales y culturales en buen estado de salud, de forma que los procesos ecológicos naturales se mantengan con la presencia de actividades humanas de bajo impacto. Las zonas de intervención media se caracterizan porque el entorno biofísico y cultural parece natural, detectando evidencias de la actividad del ser humano. El paisaje puede contener una mezcla de rasgos naturales y culturales. La zona presenta (o llegará a tener) bosques, humedales u otros ecosistemas originales del área, aunque se acepta una reducción en la presencia o tránsito de especies de interés. La cobertura forestal final dependerá del estado inicial de la zona y los esfuerzos invertidos en su recuperación. Para las zonas de intervención altas el SINAC (2006) expresa que el entorno biofísico y cultural no es natural y se percibe de manera constante la actividad y presencia humana. El paisaje puede contener una mezcla de rasgos naturales y artificiales, con mayoría de éstos últimos.

Aunque existan evidencias de impactos altos, éstos están focalizados (por ejemplo alteración sustancial de há-

bitat, apertura de áreas de bosque, presencia controlada de especies introducidas no invasoras, construcciones, contaminación sustancial visual y sónica). Los impactos no llegan a niveles tales como la amenaza de extinción de poblaciones, la modificación profunda de conductas animales, la contaminación permanente (química u orgánica), la pérdida de conectividad entre zonas con cobertura forestal o la erosión profunda. Hay pocas oportunidades para la privacidad y los encuentros, y la interacción con otros usuarios y personal del área es constante. Es común ver grupos grandes y tours comerciales. El control y las normas para visitantes están presentes y visibles.

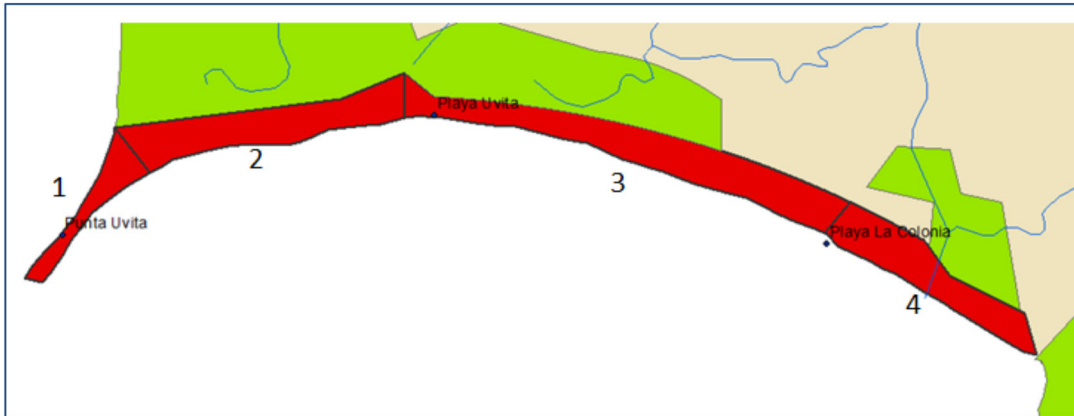
Las zonas de intervención alta corresponden a los cuatro accesos oficiales del parque: Playa Uvita, Playa Colonia, Playa Ballena y Playa Piñuelas. Con el fin de obtener mayor información para realizar el análisis se procedió a dividir la zonificación del Plan de Manejo en subsectores homogéneos. La división en bloques facilita el análisis de sistemas de información geográfica para la obtención de las áreas de los polígonos. Los parámetros para la creación de bloques fueron el tipo de zona (alta, media o baja), la topografía, los accesos, la infraestructura y servicios presentes (Tabla 5). La Figura 3 muestra la división que se realizó por sectores.

**TABLA 5. Tamaño de las áreas de la zonificación media y alta del Plan de Manejo del PNMB.**

Número del tramo de zonas de intervención alta y media en el Plan de Manejo del PNMB y playa a la que corresponde	Longitud de la costa (km)	Ancho medido en el centroide (m)	Área del tramo (ha)
Zona de intervención alta 1 (Uvita)	0,6	62	5
Zona de intervención alta 2 (Uvita)	1,0	140	13
Zona de intervención alta 3 (mitad en playa Uvita y mitad en playa Colonia)	1,6	131	19
Zona de intervención alta 4 (Colonia)	0,9	133	11
Zona de intervención alta 5 (Ballena)	0,5	128	5
Zona de intervención alta 6 (Piñuela)	0,4	66	2
Total zona de intervención alta	4,9	110	55
Zona de intervención media 1 (Ballena)	1,1	107	10
Zona de intervención media 2 (Ballena)	0,9	78	7
Zona de intervención media 3 (Piñuela)	0,5	73	4
Total de la zona de intervención media	2,5	86	22
Total de las zonas de intervención alta y media	7,4	no aplica	77

Fuente: Elaborado en ProDUS (2013).

**FIGURA 3. Bloques del 1 a 4 de la zona de intervención alta del Plan de Manejo del PNMB.**



Posteriormente se utilizaron las imágenes satelitales de la zona y el trabajo de campo realizado para establecer las sub-zonas de cada sector de la playa del PNMB. Cada sector de la playa que tenía la categoría de zona de intervención alta y zona de intervención media en el Plan de Manejo se dividió en las cuatro categorías que se mencionaron en el capítulo de CCF en Playas: sector de circulación, sector de tomar el sol, sector de sombra y sector actividades en los ríos. Para la zona de intervención baja se tiene que el objetivo de la zona es recuperar los ecosistemas presentes, por lo que no se consideró la interacción de los visitantes en estos sitios, la mayor parte de esos espacios

son bosques en regeneración o parches de bosque en las que no se desea fomentar la presencia humana.

**Indicadores de capacidad de carga del equipamiento urbano y de los servicios conexos al turismo**

Botero et al. (2008) establecen que se debe tomar en cuenta la capacidad de carga del equipamiento y de los servicios conexos que existe en las playas. En el caso de estos indicadores se debe establecer el parámetro cuantitativo o cualitativo que indica la eficiencia o no del uso del indicador, así como la manera en que se debe medir el mismo en las playas para denotar su exitosa aplicación o no.

**TABLA 6. Tamaño de las áreas de la zonificación media y alta del Plan de Manejo del PNMB.**

Indicador de capacidad de carga de equipamiento en playas	Parámetro para medir eficiencia y cumplimiento del indicador
Elementos de seguridad	Existe una persona designada para la vigilancia en el parque y que realiza monitoreo de vigilancia en los sectores que corresponden a las cuatro entradas en el parque.
Elementos de salud e higiene en las instalaciones	Las instalaciones de servicios sanitarios, duchas y basureros permanecen limpios. Se debe tener un programa fijo de monitoreo y limpieza.
Duchas y vestidores Servicios sanitarios Lavatorios	Presencia de duchas, servicios sanitarios, lavatorios y fuentes de agua en buen estado, adecuadas de acuerdo al número de visitantes máximo que puedan recibirse.
Fuentes o bebederos de agua potable	

Indicador de capacidad de carga de los servicios conexos al turista	Parámetro para medir eficiencia y cumplimiento del indicador.
Servicios de información turística	En los cuatro puestos de entrada del parque existen servicios de información al turista, suministrando a los visitantes información de mareas, comportamiento en el parque y manejo de residuos.
Servicios de limpieza y recolección de desechos.	Existe un plan integral de manejo de residuos en el parque, éste debe involucrar a la comunidad y a la mayor parte de actores de la zona.
Servicios de salvamento y primeros auxilios	Existe un plan de manejo de emergencias y se tiene personal encargado del salvamento y de primeros auxilios en el parque.

Fuente: Elaborado en ProDUS (2013).

### Supuestos básicos para realizar los cálculos de capacidad de carga real del PNMB

#### Tiempo de visita

- En cuanto al tiempo de visita en el PNMB se determinó por medio de entrevistas al personal que el período promedio de estadía de los visitantes es de 4 horas, el parque se encuentra abierto de 7 a 5 pm. En las fechas de mayor visitación las personas pasan más horas de las promedio en la zona. Esto es en la Semana Santa, diciembre o en periodo de vacaciones escolares.
- Mediante esta subdivisión se procedió a determinar qué área tenía cada una de estas zonas, para posteriormente establecer la CCF según el espacio disponible por usuario.
- El horario del parque es de 8 am a 4 pm. Los recorridos para la observación de ballenas se realizan generalmente a las 8 am, 9 am y 1 pm.

lizó utilizando la interpretación de fotografías aéreas ortorectificadas mediante el programa ArcGIS 10.1. La información de análisis de sistemas de información geográfica (SIG) se corroboró con el trabajo de campo en la zona, que incluyó el recorrido caminando por todos los sectores de las playas que componen el PNMB. El área de circulación es la zona que presenta la mayor cantidad de espacio para el disfrute en la zona, seguida del área de sombra y del área para tomar el sol. La inexistencia de servicios básicos alejados de las entradas del parque lleva a que en las épocas de mayor visitación se dé aglomeración de las personas en las zonas cercanas a las entradas. Igualmente este fenómeno se produce porque las personas desean caminar lo menos posible para localizar un lugar donde instalarse dentro del parque. Los resultados del análisis muestran que la disponibilidad de terreno dentro del parque es alta para realizar actividades de sol y playa. Los datos se presentan en la Tabla 7. Los datos muestran que en total existen 77 ha a disposición de los usuarios del parque.

#### Determinación de la capacidad de carga

Para lograr la determinación de la capacidad de carga se procedió a determinar el total de área correspondiente a cada sector de la playa dentro del PNMB. El análisis se rea-

**TABLA 7. Superficie (ha) disponible en el PNMB según zona de intervención del Plan de Manejo.**

Tipo de zona	Superficie (ha)				Total
	Área de circulación	Área para tomar el sol	Área de sombra	Área de actividades en los ríos	
Zona de intervención alta	24,5	16,4	13,7	0,7	55,3
Zona de intervención media	7,0	3,1	11,1	0,4	21,6
Total	31,5	19,6	24,9	1,1	77,0

Fuente: Elaborado en ProDUS (2013).

Es importante establecer que no puede considerarse que todas las zonas de la costa se van a utilizar en un 100% (Tabla 8). Las zonas de sol y de circulación no son las predilectas por los usuarios para depositar sus pertenencias y establecer su punto de seguridad durante la estancia en la playa. Generalmente los visitantes dejan sus pertenencias en la zona de sombra. En ese caso pueden trasladarse a bañarse al mar o a caminar y dejan a otra persona encargada de vigilar sus pertenencias. Si no tienen una persona que los apoye con la vigilancia de las pertenencias, los turistas toman sus cosas y las trasladan a la zona de sol mientras se bañan en el mar o se las llevan con ellos al realizar caminatas. Otros turistas dejan sus pertenencias sin vigilancia en la zona de sombra. Esta práctica no es recomendada debido a que en la zona del PNMB existe

un grupo de delincuentes que aprovecha para robar las pertenencias de los turistas cuando las dejan sin vigilancia. Las personas que llevan sombrillas de playa o toldos pueden utilizar la zona de sol como punto de seguridad y colocar sus pertenencias en esta zona. Estos lineamientos no son excluyentes debido a que algunos usuarios van exclusivamente a tomar el sol, por lo tanto durante su visita si utilizan la zona de sol como punto de seguridad. Como resultado de la observación de campo, las entrevistas a visitantes, entrevistas a los funcionarios y observaciones de los funcionarios de ACOSA se decidió que para los cálculos de la CCF del PNMB se utilizaría un 100% de ocupación de las zonas de actividades a orillas de ríos, un 80% de ocupación de las zonas de sombra, 20% de ocupación de áreas de circulación y 30% de ocupación de área de tomar el sol.

**TABLA 8. Áreas disponibles por playa para actividades de circulación, toma del sol, zona de sombra y zona de actividades para ríos en los sectores de intervención alta y media en el Plan de Manejo del PNMB.**

Sectores	Áreas de la playa (m2)				Total
	Área de circulación	Área para tomar el sol	Área de sombra	Área de actividades en los ríos	
Uvita	134.938	99.708	37.249	2.757	274.651
Ballena	86.969	34.901	102.597	4.697	229.164
Colonia	80.707	53.541	65.667	2.889	202.804
Piñuela	12.130	7.439	43.245	353	63.167

Fuente: Elaborado en ProDUS (2013).

**Factor de corrección por condiciones climáticas**

El Instituto Meteorológico Nacional (IMN, 2008) cita que el Pacífico Sur de Costa Rica posee dos unidades fisiográficas, la cordillera de Talamanca que se subdivide en la Fila Costeña o Brunqueña, y la zona Baja Tectónica que comprende el Valle del General, el Valle de Coto Brus y la zona Baja de Punta Burica. La otra unidad es la peninsular que comprende la Península de Osa. La magnitud de la precipitación anual aumenta hacia el sur de la región. La lluvia es menor en las partes altas de la cordillera (2.500 a 3.000 mm) en promedio, donde hay influencia del Alisio en los meses secos y de veranillo. La lluvia aumenta en el pie de monte y los valles (3.000 a 4.000 mm) donde se produce un importante aporte de las brisas de la montaña. Los mayores núcleos de precipitación (4.000 a 6.000 mm) se presentan en la península, al norte de Golfito y de Ciudad Neilly. El viento durante el día es predominante-

mente del oeste o del suroeste. Corresponde con brisas del mar y vientos ecuatoriales. Durante las noches predominan los vientos calmos y corresponden con brisas de montañas originadas en la Cordillera de Talamanca con direcciones noreste y norte. Tomando como base la información suministrada por el IMN (2008) se concluye que para la zona se presentan 177 de días con lluvia. La probabilidad de lluvia aumenta a partir de las 13 horas por lo que se consideró un periodo limitante de 4 horas por día (entre las 13 y las 17 horas). Esto representa un total 708 horas de lluvia/año. Para evaluar esta variable se determinaron las horas de lluvia limitantes por día, para finalmente calcular el factor de precipitaciones (FCpre) como  $FCpre=1-(hl/ht)$  donde hl son horas de lluvia limitantes por año y ht son horas totales al año que el parque está abierto. Por lo tanto,  $FCpre=0,81$ .

**Factor de corrección por erodabilidad**

Según Cifuentes (1992) se trata de expresar la susceptibilidad o el riesgo a erosionar que se puede generar en un determinado lugar. Para esto recomienda dos variables (pendiente y textura del suelo), estableciendo tres rangos de pendiente (menos de 10%, entre 10 y 20%, y mayor del 20%) y tres tipos de suelo (grava o arena, limo, y arcillas). Las combinaciones de estos factores determinan los riesgos de erosión. Considerando el uso por parte de los visitantes, los sitios con pendientes menores al 10%, cualquiera sea el tipo de suelo, ostentando bajo o ningún grado de erosión. Debido a los parámetros antes mencionados este factor no se considera para aplicar en la fórmula. Autores como Roig et al. (2004) y Munar (2007) han realizado estudios en playas para determinar la cantidad de erosión que producen los usuarios. Los resultados de estas investigaciones muestran cifras que van desde 21,65 gramos por usuario hasta los 33,64 gramos de arena distribuidos en 21,65 gramos adheridos al cuerpo del usuario y 11,99 gramos de arena adheridos a las toallas o paños de playa de los usuarios. Este dato se obtuvo utilizando las cifras de Munar (2007). Para lograr un dato que se ajuste a la realidad costarricense se debe realizar un estudio que se adecúe a las condiciones del medio. En las playas de Costa Rica los usuarios acostumbra ducharse antes de salir de la playa por lo que la metodología de evaluación debería considerar este y otros factores particulares.

**Factor de corrección por mareas**

En las playas la marea juega un papel preponderante para determinar cuándo se puede utilizar la playa para actividades recreativas. Muchos estudios de capacidad de carga se basan en el supuesto de que la playa esta siempre disponible para el bañista. Sin embargo, se debe considerar que

cuando se presenta la marea alta los usuarios no pueden acceder al espacio correspondiente a las zonas de circulación o de tomar el sol. Para establecer el valor que este factor tiene se analizaron las tablas de mareas diarias que posee la base de datos del Centro de Investigación en Ciencias del Mar y Limnología (CIMAR) de la Universidad de Costa Rica. El módulo de información oceanográfica ofrece información en línea que incluye las horas y alturas de las mareas altas (pleamar) y bajas (bajamares) para el Pacífico y Atlántico en Costa Rica. Se realizó un análisis de las horas en las que las mareas llegan a su punto alto y bajo y su relación con el horario de atención en el PNMB. En promedio la marea tarda seis horas en pasar de un punto máximo de pleamar al punto mínimo de bajamar. Si se considera que en la primer y última hora los usuarios podrían dar uso del recurso cuando la marea está subiendo se puede establecer que cinco horas al día corresponden a un período en que la playa no está disponible. La fórmula que se creó para incorporar este factor de corrección es  $FC_{marea} = 1 - (ml/mt)$  donde ml son horas de marea limitantes por año y mt son horas totales al año que el parque está abierto. Considerando un total de 1.825 horas no disponibles el resultado es  $FC_{marea} = 0,05$ .

Factores para determinar la capacidad de carga de manejo La capacidad de manejo se define como el estado o condición actual en que la administración del área protegida desarrolla sus labores con el fin de alcanzar sus objetivos (Cifuentes et al., 1999). Para calcular la capacidad de manejo se tuvieron en cuenta las variables de infraestructura, equipamiento y personal. La categorización se realizó tomando en cuenta las entrevistas realizadas a los empresarios de la zona, entrevistas a visitantes, entrevistas al personal que labora en el parque y evaluación en campo de la infraestructura (Tabla 9).

**TABLA 9. Escala de calificación para evaluar los servicios existentes en el PNMB.**

Variable	Uvita	Colonia	Ballena	Piñuelas
Infraestructura	0,3	0,4	0,4	0,3
Equipo	0,3	0,3	0,5	0,3
Personal	0,5	0,3	0,4	0,3
Seguridad	0,3	0,3	0,3	0,3
Parqueos	0,3	0,3	0,3	0,3
Promedio	0,3	0,3	0,4	0,3
Interpretación	Poco satisfactorio	Insatisfactorio	Poco satisfactorio	Insatisfactorio

Fuente: Elaborado en ProDUS (2013).

Ninguna de las playas logró un nivel satisfactorio en la evaluación de la capacidad de manejo y gestión. La falta de personal e infraestructura adecuada conllevan a que no se esté desarrollando una atención adecuada al visitante y además se generen problemas a nivel social. Las comunidades localizadas en las zonas aledañas al parque no se sienten identificadas con el mismo y perciben a la administración del parque como “el enemigo”. Es urgente que se desarrolle un proyecto integral que logre integrar a la comunidad con el parque y que promueva que la comunidad se identifique como un actor beneficiado con el parque y por ende ayude en su protección y gestión. Este aspecto influye negativamente en los datos de la CCE del

parque. Cuando se logre una mejoría en la gestión del parque se aumentaría la capacidad de carga real del sitio.

**RESULTADOS Y CONCLUSIONES**

Los datos de la CCR se deben utilizar como un indicador de cuantas personas pueden permanecer dentro del parque al mismo tiempo. Sin embargo, esta cifra corresponde a la realidad futura del PNMB cuando se contrate nuevo personal y se realicen las mejoras en infraestructura que se incluyen en este documento. Bajo las condiciones actuales esta CCR no puede aplicarse (Tabla 10).

**TABLA 10. Resumen de los datos de capacidad de carga física (CCF) y capacidad de carga real (CCR) para el sector terrestre del PNMB. Se consideró un 100% de ocupación de las zonas de actividades a orillas de ríos, un 80% de ocupación de las zonas de sombra, 20% de ocupación de áreas de circulación y 30 % de ocupación de área de tomar el sol.**

Capacidad de carga y factores	Uvita	Colonia	Ballena	Piñuelas
Espacio dispuesto para cada usuario (m2)	25	25	25	25
Tiempo de visita (horas)	4	4	4	4
Horas de posibilidad de visita al día	10	10	10	10
CCF	3.578	3.505	4.586	1.584
Factor de corrección de precipitación	0,81	0,81	0,81	0,81
Factor de corrección por mareas	0,5	0,5	0,5	0,5
CCR (personas a ingresar en el PNMB con las condiciones de servicio e inversiones propuestas)	1.449	1.420	1.857	642

Fuente: Elaborado en ProDUS (2013).

La CCE se refiere a la adecuación de la CCR con respecto a la gestión que se está realizando en el PNMB (Tabla 11).

**TABLA 11. Resumen de los resultados de la capacidad de carga efectiva (CCE) en el PNMB.**

Capacidad de carga y factores	Uvita	Colonia	Ballena	Piñuelas
Capacidad de Manejo	0,4	0,3	0,4	0,3
CCE (personas a ingresar en el PNMB bajo las condiciones de servicio actuales)	580	426	743	192

Fuente: Elaborado en ProDUS (2013).



Los datos de la CCR deben ligarse con una serie de lineamientos relacionados con los Límites de Cambio Aceptable. El personal del PNMB debe realizar una lista de indicadores que les permitan tomar decisiones sobre el momento en el que se está excediendo la capacidad del medio de soportar visitantes. A continuación se presentan una lista de indicadores que pueden ser utilizados para la toma de decisiones en cuanto a la cantidad de personas que ingresan al PNMB:

- Cantidad de desechos sólidos por unidad de área (metro cuadrado).
- Cantidad de avistamientos de especies de aves (número de aves por zona).
- Casos de extracción de flora y fauna detectados.
- Número de incidentes en el tema de seguridad.
- Número de duchas, servicios sanitarios, basureros en funcionamiento.

El personal del PNMB debe reunirse y generar un listado de los principales indicadores que van a utilizar para de-

cidir en qué momento se detiene el ingreso de visitantes al parque. Esta herramienta de gestión permite tener un doble control, extra a las cifras que resultan de los cálculos de capacidad de carga.

**Capacidad de carga según la infraestructura existente**

Los cálculos de CCE no logran reflejar la realidad del parque en cuanto a su manejo de la infraestructura y de los servicios básicos que se deben brindar a los visitantes. Esta es una de las limitantes del uso de los cálculos tradicionales de capacidad de carga. Para lograr un dato de mayor certeza se procedió a investigar qué cantidad de usuarios son los que pueden abastecer los servicios básicos en una playa. De acuerdo con la literatura, se puede tomar un promedio de 300 usuarios por cada inodoro, duchar, orinal y bebedero. El número de visitantes que puede satisfacer el PNMB en sus cuatro entradas según los servicios que existen se presenta en la Tabla 12.

**TABLA. Resumen de carga de capacidad de acuerdo a los servicios al turista presentes en los cuatro puestos de control y entrada del PNMB (número de visitantes).**

	Ballena	Colonia	Piñuelas	Uvita
Servicios sanitarios	900	1.500	900	600
Orinales secos	600	1.200	600	300
Torres de vigilancia y salvavidas	no	no	no	no
Bebederos	no	no	no	no
Basureros o programa de manejo de los desechos sólidos	no	no	no	no
Duchas	1.800	3.000	1.200	600
Capacidad física (rige el menor)	600	1.200	600	300

Fuente: Elaborado en ProDUS (2013).

Basado en los servicios existentes en el parque se determina que la capacidad de carga para recibir visitantes actual es: Ballena 600 usuarios, Colonia 1.200 usuarios, Piñuelas

600 y Uvita 300 usuarios. La comparación de la CCE y la capacidad por servicios básicos para el turismo existentes en el PNMB se presenta en la Tabla 13.

**TABLA 13. Comparación de la capacidad de carga efectiva (CCE) y la capacidad por servicios básicos para el turismo existentes en el PNMB.**

	Playa y cantidad de usuarios máximos que puede tener al mismo tiempo			
	Uvita	Colonia	Ballena	Piñuela
Capacidad de carga efectiva	1449	1420	1857	642
Capacidad por presencia de infraestructura	300	1200	600	600

Fuente: Elaborado en ProDUS, 2013.

**Necesidad de instalación de puestos para brindar los servicios básicos Torres de vigilancia y núcleos de aseo**

Para establecer las distancias mínimas a las que deben colocarse las baterías sanitarias y duchas en las playas en Costa Rica, en el mes de setiembre del año 2013, el equipo de ProDUS consultó al Arquitecto Antonio Farah Matarrita, del Departamento de Planificación del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) si existe algún reglamento o directriz del ICT para establecer a que distancia se deben colocar estos servicios básicos de duchas o baterías sanitarias en las playas. La respuesta sobre el tema fue la siguiente: "Con relación a su consulta, se ha considerado términos del usos y disfrute público, que dichos espacios deberían ser ubicados en lugares estratégicos para ello dada la naturaleza de la zona, como por ejemplo los sitios de llegada a la zona pública, contiguo a las calles públicas de acceso o llegada a la playa. Expresamente no está escrito así, eso se sustenta en los análisis técnicos y turísticos del sector que se está en el proceso de formular un plan regulador, y a la lógica "turística" de acuerdo al comportamiento turístico en las playas en general".

Por lo tanto se considera que no existe a nivel nacional una regulación sobre el tema. La literatura sobre el tema es variada y contiene criterios similares sobre las distancias. En el libro Planning and Design of Outdoor Recreation Facilities (1975), del Programa de Recreación en actividades al aire libre del Departamento de la Armada de los Estados Unidos expresa que los servicios de baños y duchas se deben ubicar cada 300 metros en las playas. El Ministerio de Vivienda y Construcción del Perú (2004) establece que se deben instalar cada 200 metros. Para la zona se considera que debería instalarse un área núcleo de aseo cada 300 metros. En esta área se deben establecer espacios para

uso de hombres y mujeres por separados, con orinales, duchas y servicios sanitarios, así como bebederos y basureros. La administración está apoyando el que se establezcan estos sitios en las zonas que limitan con el parque y que empresarios locales alquilen estos servicios turísticos a los visitantes y con esto se supla la demanda y se generen micro empresas. La colocación de estos núcleos para baño aumentaría la capacidad de carga de manejo y permitiría que muchas zonas dentro del parque que hoy no son muy frecuentadas puedan ser visitadas por los turistas. El proyecto incluyó la generación de mapas donde se ubican los puntos en los que se deberían instalar torres de vigilancia y atención de emergencias así como núcleos de aseo en el Parque Nacional Marino Ballena.

**Parqueos**

En el tema de los parqueos se necesita una propuesta que de una alternativa a los visitantes de la zona que viajan en vehículos y necesitan ese servicio. Uno de los retos es lograr satisfacer esta necesidad sin que el parque pueda aumentar su capacidad de parqueos. Los cálculos de parqueos y zonas de acampar se realizan tomando en cuenta que estos servicios se deberán brindar en espacios fuera del PNMB. Esto debido a que existe un proyecto del SINAC que se está ejecutando para lograr sacar los servicios de parqueo y camping del parque. Solamente en la zona de Colonia y Ballena se cuentan con sectores fuera del parque que pueden usarse como parqueos. Sin embargo estos no son espacios oficiales y no se brinda seguridad u otros servicios por parte de la administración del parque. El ideal es que empresarios locales monten parqueos en zonas aledañas y puedan brindar este servicio (Tabla 14).

Para establecer la demanda de parqueos que se necesitarían en el parque es necesario considerar algunos postulados:

- El promedio de visitación se compone en un 80% de visitantes nacionales que viajan en vehículos propios o en busetas o buses que alquilan para excursiones. Según resultados de consultas a los empresarios locales la mayor parte de los nacionales viajan en familia y en menor grado parejas. Para el cálculo de las necesidades de parqueo se calculó que un 70% de los nacionales llegan en grupos de cuatro personas en vehículos propios y un 20 % de parejas en vehículos propios y un 10% en buses o busetas.
- Los no residentes ocupan un 20% de la visitación. Según consultas a empresarios locales el 90% se trasladan al parque en vehículos alquilados y un 10% en busetas.
- Los hoteles o cabinas cercanos a las entradas del parque tienen espacios de parqueos y los visitantes pueden trasladarse caminando al parque, sin embargo esto solo aplica para hospedajes ubicados en las cercanías (300 metros del parque). Los cálculos de parqueos no toman en cuenta estos espacios de los hoteles. Para un dato de mayor exactitud se debe realizar un levantamiento de parqueos en hospedajes ubicados a 300 metros de las entradas del PNMB.
- Se calcula tomando en cuenta el máximo de visitantes que se podrían recibir de acuerdo con la capacidad de carga efectiva del parque. Así mismo, se calculan los espacios necesarios para suplir las necesidades de visitación con la capacidad de carga actual tomando como base los servicios turísticos dentro del parque.

**TABLA 14. Necesidad de parqueos en las cuatro entradas del PNMB tomando como base la capacidad de carga real y la capacidad de carga según los servicios actuales que brinda el parque.**

	Uvita	Colonia	Ballena	Piñuelas
Capacidad de carga efectiva	1.449	1.420	1.857	642
Espacios necesarios para parqueo de vehículos	391	383	501	173
Espacios para busetas / buses	12	12	15	5
Cantidad de núcleos de aseo necesarios para llegar a la capacidad de carga efectiva a	12	7	10	2
Capacidad por servicios actuales en el parque	600	1.200	600	300
Espacios necesarios para parqueo de vehículos	150	300	150	75
Espacios para busetas / buses	5	10	5	3

<sup>a</sup> Incluyen inodoros (2), duchas (2), urinarios (2), bebederos (2), vestidores, basureros cada 300 m, torres de vigilancia y atención de emergencias cada 1 km.

Fuente: Elaborado en ProDUS (2013).

### Personal

Como se expresó en la sección de diagnóstico del parque, se necesita aumentar la cantidad de personas que laboran en el parque, esto para asegurar una adecuada protección de los recursos del parque y para brindar el servicio a todos los visitantes (Tabla 15).

**TABLA 15. Propuesta de personas que se requiere en el PNMB para brindar los servicios de acuerdo con los estimados de capacidad de carga del parque.**

	Uvita	Colonia	Ballena	Piñuelas	total
Seguridad a	2	2	2	1	7
Vigilancia b	2	2	2	1	7
Atención al turista	2	2	2	1	7
Cobro	2	2	2	1	7
Salvavidas	2	2	2	1	7
Encargado de supervisar la operación de observación de ballenas c	2	na	na	na	na
<b>Total personal (número)</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>37</b>

<sup>a</sup> Personal de seguridad dedicado a vigilar que no se presenten robos a los visitantes, se debe movilizar en un vehículo. <sup>b</sup> Personal de vigilancia dedicado a vigilar que los visitantes cumplan las reglas y normativa para permanecer en el parque, además vigila el estado del equipo e infraestructura. <sup>c</sup> Una persona encargada de vigilar que en la playa se cumpla la adecuada operación de ingreso de botes y otra persona en el mar acompañando a los operadores y supervisando el trabajo que se realiza.

Fuente: Elaborado en ProDUS (2013).

**CONCLUSIONES**

Los análisis dan como resultado que se requieren 37 personas laborando en el PNMB para dar un servicio adecuado de protección de los recursos naturales y atención de los visitantes. En esta cifra no se considera el manejo o administración de parqueos o de las baterías sanitarias que la administración del parque desea sean administradas por un privado y se ubiquen en espacios fuera del PNMB. Se considera que se debe establecer como parte del personal un equipo de salvavidas y oficiales de seguridad que apoyen en la vigilancia. Otro de los programas necesarios es personal asignado al control de la operación de observación de ballenas. El estudio de capacidad de carga del sector marino debe relacionarse directamente con los resultados de esta investigación; esto considerando el enfoque sistémico como pilar de la planificación en áreas naturales protegidas. Los estudios de capacidad de carga, límites de cambio aceptable o manejos de visitación en áreas protegidas no se deben aplicar como recetas, las metodologías existentes son de referencia, pero es necesario adaptar estas a las condiciones de los sistemas donde se aplicarán los análisis.

**REFERENCIAS**

**SINAC. Sistema Nacional de Áreas de Conservación. (2006).** Plan de manejo de las áreas silvestres protegidas en ACOSA. San José, Costa Rica.

**Alvarado, J. J. (2004).** Descripción de las comunidades arrecifales del Parque Nacional Marino Ballena, Pacífico Central-Sur de Costa Rica. Tesis presentada para optar al grado de Licenciado en Biología. Universidad de Costa Rica. Facultad de Ciencias. Escuela de Biología. 93 pp.

**Alvarado, J., Cortés, J., Fernández, C., Niviar, J. (2005).** Comunidades y arrecifes coralinos del Parque Nacional Marino Ballena, costa del Pacífico de Costa Rica. Centro de Investigación en Ciencias del Mar y Limnología (CIMAR). Revista Ciencias Marinas, 31(4): 641-651.

**Arias, E., Vargas Camacho, J. R., Rodríguez Solano, O. (2002).** Diagnóstico de las características biofísicas de Playa Arco, Bahía ballena, Osa, Puntarenas. Documento Técnico Antisco, Consultores Ambientales. San José, Costa Rica 37 pp.

**Ariza, E., Jiménez, J. A., Sarda, R., Villares, M., Pinto, P., Fraguell R., Roca, E., Marti, C., Valdemoro, H., Ballester, R. & Fluvia, M. (2010).** Proposal for an integrated quality index for urban and urbanized beaches. Environmental Management 45: 998 - 1013.

**Betancourt, L. & Herrera, A. (2006).** Acerca de la capacidad de carga física de Playa Grande, Cayo Levantado, Samaná, República Dominicana. Reporte técnico del proyecto EcoMAr, Santo Domingo, 14 p.

**Botero, C., Hurtado, Y., González, J., Ojeda, M. & Díaz, L.**

**(2008).** Metodología de cálculo de la capacidad de carga turística como herramienta para la gestión ambiental. Y su aplicación en cinco playas del Caribe Norte Colombiano. *Gestión y Ambiente* Vol. 11 No 3: 109 - 122

**Brenes, O., Castro, K., Jiménez V., Mora, A. & Mejía, I. (2004).** Determinación de la capacidad de carga turística del Parque Internacional La Amistad. TNC y ACLAP-MINAE. Obtenido el 21 de enero del 2013, <http://cct.or.cr/publicaciones/INFORME-CAPACIDAD-DE-CARGA-cct.pdf>

**Broadbent, E., Almeyda, A., Dirzo, Rodolfo, D., William, H., Driscoll, L., Gallagher, P., Salters, S. Comenares, A. & Randolph, S. (2012).** The effect of land use change and ecotourism on biodiversity: a case study of Manuel Antonio, Costa Rica, from 1985 to 2008. *Landscape Ecol.* 27, 731–744.

**Calambokidis, J. (1999).** Status and trends of humpback whales in the North Pacific. in: Abstracts Thirteenth Biennial Conference on the Biology of Marine Mammals, Maui, HI 28 November - 3 December 1999. Society for Marine Mammalogy, Lawrence, KA.

**Calambokidis, J., Rasmussen, K. & Steiger, G. H. (1996).** Humpback whales and other marine mammals off Costa Rica. Report of research during Oceanic Society/Elderhostel Expedition in 1996. Cascadia Research.

**Cifuentes, M. (1992).** Determinación de la capacidad de carga turística en áreas protegidas. Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE), Turrialba, Costa Rica

**Coccosis, H. & Mexa, A. (Eds.) (2004).** The Challenge of Tourism Carrying Capacity Assessment. Theory and Practice. Ashgate.

**Coghlan, A. (2012).** Linking natural resource management to tourist satisfaction: a study of Australia's Great Barrier Reef. *Journal of Sustainable Tourism.* 20 (1), 41–58.

**DFOE. (2005).** Informe sobre los resultados del especial efectuado en el Ministerio del Ambiente y Energía sobre el "comanejo" del Parque Nacional Marino Ballena. Informe No. DFOE-AM-38/2005. División de Fiscalización Operativa y Evaluativo. Área de Servicios Agropecuarios y de Medio Ambiente. 14 de diciembre, 2005.

**Eagles, P. (2002).** Trends in park tourism: Economics, finance and management. *Journal of Sustainable Tourism,* 10(2), 132–153.

**Eagles, P. F. J., McCool, S.F. & Haynes, C.D. (2002).** Sustainable Tourism in Protected Areas. Guidelines for Planning and Management. World Commission on Protected Areas (WCPA), IUCN The World Conservation Unit.

**European Environmental Agency (1999).** Current Indicator Work at the EU Level. Proceedings of the Workshop on Indicators as a Tool for Managing and Monitoring a Sustainable Local and Regional Planning Process, Brussels, 18th November 1999.

**Fernández, C. (2009).** Corales, arrecifes y comunidades coralinas del Parque Nacional Marino Ballena. Estudio realizado por CIMAR, Universidad de Costa Rica. Presentación de Power Point. En línea. Consultado: 1 de julio del 2013. Disponible en: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:zQanhTiRfIQJ:www.reefball.org/album/costarica/nationalcoralpark/parkinfo/Corales,%2520Arrecifes%2520y%2520comunidades%2520coralinas%2520del%2520PNMB.ppt+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=cr>

**Hamilton, L. (1996).** The role of protected areas in sustainable mountain development. *Parks, Special Mountain Issue,* 6 (1).

**IUCN (1994).** Guidelines for Protected Area Management Categories. International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources, Gland, Switzerland and Cambridge.

**Kostopoulou, S. & Kyriatsis, L. (2006).** A Tourism Carrying Capacity Indicator for Protected Areas. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research,* 17(1), 5-24.

**Lagunas, M., Aguirre, J. y González, O. (2002).** Análisis de la problemática social y ambiental del Parque Marino Bahía Ballena (PNMB). Estudio de caso I y seminario participativo. GIACT. UCR – CIMAR. Costa Rica

**Liu, Z. (2003).** Sustainable Tourism Development: A Critique. *Journal of Sustainable Tourism,* 2(6), 459-475.

**Lindberg, K. & McKercher, B. (1997).** Ecotourism: A Critical Overview. *Pacific Tourism Review,* 1, 65-79.

**Madriz, B. (2009).** Manual de Procedimientos para ejecutar la guía para la formulación de Planes de Manejo de Áreas protegidas. Sistema Nacional de Áreas de Conservación, SINAC. San José. Costa Rica. 96 p.

**Maldonado, Elda and Montagnini, Florencia, (2001).** Determinación de la capacidad turística del Parque Nacio-

nal La Tigra, Tegucigalpa, Honduras. Rev. For. Centroamericana (Costa Rica), 34, 47-51.

**Maldonado, Elda and Montagnini, Florencia, (2004).** Carrying Capacity of La Tigra

**National Park, Honduras.** Journal of Sustainable Forestry, 19(4), 29-48.

**Ministerio de Vivienda y Construcción del Perú. (2004).** Referencia: Norma Técnica de Edificación S.200 (Perú). Programa de capacitación: curso para inspectores técnicos – PCCI. 140 p

**ProDUS Programa de Investigación en Desarrollo Urbano Sostenible. (2007).** Plan Regulador Cantonal de Osa, Diagnóstico. Universidad de Costa Rica. Escuela de Ingeniería Civil. San José, Costa Rica.600 p

**Programa de Recreación en actividades al aire libre del Departamento (1975).** Planning and Design of Outdoor Recreation Facilities. Estados Unidos de America. 120 p.

**Pearce, D. & Kirk, M. (1986).** Carrying Capacity for Coastal Tourism, Industry and Environment. United Nations Environmental Programme (9) 1:3-7.

**Sierra, C., Vartanián, D. & Polimeni, J. (2003).** Caracterización social, económica y ambiental del Área de Conservación Osa. Dirección de Sociedad Civil. Programa Agenda XXI ACOSA. Ministerio del Ambiente y Energía. 200pp.

**Roig, F. (2007).** Microerosión inducida por los usuarios de las playas. El caso de Menorca (Islas Baleareas). Investigaciones Geográficas # 43. pp. 161-167.

**Roig, F., Comas, E., Rodríguez, A. & Prieto, J. (2004).** Tasas de erosión antrópica producida por los usuarios de las playas de Menorca. En G. Benito y A. Díez Herrero (Eds): Contribuciones recientes sobre geomorfología. SEG y CSIC, Madrid, 385-329.

**SIMONE, Sistema de monitoreo de escenarios. (2009).** En línea. Consultado: 6-8-13. Disponible: <https://sites.google.com/a/smons.org/www/Home>

**Stankey, G., Cole, D., Lucas, R., Petersen, M. & Frissell, S. (1985).** The Limits of Acceptable Change (LAC) System for Wilderness Planning. United States Department of Agriculture. Estados Unidos de América. 43 p.

**Universidad de Costa Rica (UCR). (1995).** Plan general de manejo de áreas de conservación de Osa. Informe de abril del 1995. San José. Costa Rica.

**Vaz, B., William, A. T., da Silva, C. P. & Phillips, M. (2009).** The importance of user's perception for beach management. Journal of Coastal Research, Special Issue 56: 1164 - 1168

**Wegnera, A., Lee, D. & Weiler, B. (2010).** Important 'ingredients' for successful tourism/protected area partnerships: partners' policy recommendations. The Service Industries Journal, 30 (10), 1643–1650.

**Worboys, G., Lockwood, M. and De Lacy, T. (2001).** Protected area management principles and practice (2nd ed.). South Melbourne, Australia: Oxford University Press

**YEPES, V. (2002).** Ordenación y gestión del territorio turístico. Las playas, en Blanquer, Valencia, España, 19 p.

RESEARCH / INVESTIGACIÓN

# Situación del oleoturismo y lineamientos para su desarrollo en la región del sudoeste bonaerense, Argentina

## Situation of olive oil tourism and guidelines for its development in the region of southwest Buenos Aires, Argentina

Silvina Renée Elías<sup>1</sup>, Andrea Cecilia Barbero<sup>2</sup>

**Resumen:** La innovación tecnológica y un cambio en la mentalidad de los productores argentinos para adoptar nuevos productos que favorezcan el crecimiento de la empresa agropecuaria están llevando a una reconversión del espacio rural. Este trabajo avanza en el estudio de los procesos innovativos, capacidades e interacciones relacionados con la actividad olivícola en general y con el oleoturismo en particular, en la región del Sudoeste bonaerense, Argentina. El objetivo principal es analizar la situación del oleoturismo e identificar posibles lineamientos para su desarrollo. Este trabajo corresponde a un estudio de caso ya que se realiza una investigación de las acciones desarrolladas por una unidad de análisis. Se realiza una investigación de tipo descriptivo-explicativo con el propósito de caracterizar el oleoturismo y lograr la comprensión del fenómeno en la zona. Se caracteriza socio-económicamente el área de estudio y sus posibilidades para el desarrollo olivícola. Se plantean las ventajas del turismo como dinamizador del desarrollo rural analizando especialmente la nueva modalidad de oleoturismo. Por último se analizan los casos incipientes de oleoturismo en el área de estudio y se presentan las reflexiones preliminares del trabajo.

**Palabras clave:** Innovación tecnológica, espacio rural, actividad olivícola, oleoturismo.

**Abstract:** Technological innovation and a change in the mentality of Argentinean producers to adopt new products that favor the growth of agricultural companies are leading to a conversion of the rural space. This work makes advances in the study of the innovative processes, capacities and interactions related to olive growing in general and olive oil tourism in particular in the region of southwest Buenos Aires, Argentina. The main aim is to analyze the situation of olive oil tourism and identify possible guidelines for its development. This work is a case study, since an investigation is made of the actions undertaken by an analysis unit. A descriptive-explanatory study is conducted to characterize olive oil tourism and to gain an understanding of the phenomenon in the area. The study area and its possibilities for olive production are characterized socioeconomically. The advantages of tourism, such as revitalizing rural development are set out, in particular analyzing the new modality of olive oil tourism. Finally, the early cases of olive oil tourism in the study area are analyzed and the preliminary reflections of the work are presented.

**Keywords:** Technological innovation, rural space, olive production, olive oil tourism.

(Presentado: 07 de junio de 2016. Aceptado: 2 de agosto de 2016)

<sup>1</sup> Magíster en Economía. Universidad Nacional del Sur, Argentina, Departamento de Economía. Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (UNS-CONICET), Argentina. E-mail: silvina.elias13@gmail.com

<sup>2</sup> Dra. Universidad Nacional del Sur, Argentina.

## INTRODUCCIÓN

La innovación tecnológica y un cambio en la mentalidad de los productores argentinos para adoptar nuevos productos que favorezcan el crecimiento de la empresa agropecuaria, más allá de las coyunturas, están llevando a una reconversión del espacio rural. En un marco de globalización, profundas transformaciones y una competencia creciente, los territorios más innovadores buscan nuevas oportunidades para motorizar los procesos de desarrollo, activando los recursos genéricos para convertirlos en específicos, lo que conlleva a una revalorización de su territorio. Este último puede considerarse como un auténtico activo de cara al impulso de tales procesos, dado que representa la base sobre la que se sustentan actividades diversas, entre ellas, algunas relacionadas con el turismo.

En los últimos años, aspectos sociales y económicos convergen en el sector rural argentino impulsando el desarrollo turístico. Para entender su auge, hay que observar dos tendencias compatibles, la afluencia hacia áreas rurales de gente que busca alejarse temporalmente de la vida urbana y la incipiente visión del productor que, al diversificar las actividades de su empresa agropecuaria, logra generar empleo y fomentar el arraigo rural. Por el lado de la demanda se observa también un cambio en los hábitos del consumidor de turismo. El modelo turístico tradicional (turismo estacional de masas) se está transformado, dando lugar a múltiples realidades turísticas caracterizadas por la diversidad de segmentos y productos; aumenta el turismo rural y disminuye la afluencia a los destinos clásicos de turismo de sol y playa. La crisis del turismo tradicional ha ido dando paso al fenómeno del consumo de naturaleza, cultura y religiosidad, en sus formas recreativa y turística. Surge así el turismo rural como un fenómeno que se ha desarrollado intensamente en los últimos años, dotando de utilidad económica y social a muchas áreas rurales y con repercusión en la creación de empleo, tanto directo como indirecto. En este contexto de expansión de la actividad surgen nuevas propuestas como el "enoturismo" y el "oleoturismo" que se pueden canalizar como actividades complementarias a la agricultura enfocadas al sector servicios y ocio y que pueden generar nuevas perspectivas de crecimiento en zonas rurales. La necesidad de encontrar alternativas de diversificación económica para muchas localidades ubicadas en zonas olivíferas y que presentan un alto grado de dependencia del sector primario, otorgan un papel especialmente relevante a aquellas

actividades que permiten capturar la esencia de esa cultura que rodea al mundo del vino, del olivo y del aceite de oliva. Como indican Melián, Millán y López (2008), actualmente "existe un número creciente de personas que quieren dedicar parte de su dinero y de su tiempo libre a conocer el mundo del vino y del aceite, sus historias, sus paisajes, su elaboración y a la gente que los hacen posibles".

La región del sudoeste bonaerense (SOB) no resulta ajena a estos procesos. Está inserta en la denominada zona pampeana argentina, en el límite donde la misma deja de ser húmeda para pasar a transformarse en semiárida. Representa un nodo estratégico para el desarrollo económico porque alberga el mayor puerto de aguas profundas del país, y un sistema de transporte por carretera y ferrocarril que permite el transporte de mercancías desde y hacia otras zonas. Como consecuencia del cambio climático, está padeciendo desde hace años fuertes sequías y un deterioro de su calidad ambiental, lo que afecta en forma directa la productividad de las actividades agropecuarias tradicionales y obliga a pensar en propuestas alternativas. La olivicultura, según un estudio de impacto ambiental realizado aplicando Huella Ecológica, se posiciona como una actividad con efectos positivos que podría colaborar a largo plazo a frenar el avance de la desertificación en la región y mejorar sus condiciones medioambientales. Resulta entonces una actividad complementaria que presenta la gran ventaja que los olivos pueden plantarse en lugares no aptos para otros cultivos. Recientemente, se observan emprendimientos que además de la producción y fabricación de aceitunas y aceite integran diferentes alternativas turísticas. Se vislumbran asimismo acciones desde los mismos emprendedores, las cámaras, universidades y otros organismos de ciencia y tecnología que permitirían hacer más denso el entramado local y posibilitarían la resolución de problemas y el aprendizaje colectivo generando economías externas que motorizarían el sector y el desarrollo local. Como hecho positivo puede destacarse el cambio en el perfil tradicional del productor sumando distintos roles y nuevos actores en toda la cadena productiva. En este contexto, el objetivo del presente trabajo es analizar la situación del oleoturismo en la región reflexionando sobre posibles lineamientos que favorezcan su desarrollo. En tal sentido, la investigación se encuadra en los denominados estudios de casos, ya que se realiza una investiga-



ción de las acciones desarrolladas por una unidad de análisis. De acuerdo con los objetivos perseguidos y teniendo en cuenta los enfoques que se presentan, se realiza una investigación de tipo descriptivo-explicativo con el propósito de caracterizar el oleoturismo y lograr una verdadera comprensión del fenómeno en la zona del SOB. Para ello en la siguiente sección de caracterizará socio-económicamente el área de estudio y sus posibilidades para el desarrollo olivícola. Seguidamente se plantearán las ventajas del turismo como dinamizador del desarrollo rural analizando especialmente la nueva modalidad de oleoturismo. Por último se analizan los casos incipientes de oleoturismo en el área de estudio y se presentan las reflexiones preliminares del trabajo.

#### **Caracterización de la región del sudoeste bonaerense**

El área de estudio se encuentra ubicada al sudoeste de la provincia de Buenos Aires y abarca los partidos de Bahía Blanca, Coronel Dorrego, Coronel Rosales, Monte Hermoso, Patagones, Puan y Villarino. Las localidades allí emplazadas presentan actividades económicas, niveles de desarrollo social y problemáticas ambientales diferentes. La región está inserta en la denominada zona pampeana argentina, en el límite donde la misma deja de ser húmeda para pasar a transformarse en semiárida. Representa un nodo estratégico para el desarrollo económico porque alberga el mayor puerto de aguas profundas del país, y un sistema de transporte por carretera y ferrocarril que permite el transporte de mercancías desde otras regiones. Las potencialidades del área por el emplazamiento del sistema portuario son muy amplias, tanto por sus actuales condiciones operativas y de infraestructura, como por sus posibilidades de expansión y de espacio para mejorar y ampliar instalaciones, en el puerto mismo o en las vías de acceso y comunicación.

En términos del perfil productivo, la región del SOB se destaca por una fuerte presencia de actividades ligadas al agro, acompañada por un escaso nivel de establecimientos manufactureros. Considerando la actividad agropecuaria, el cultivo de cereales es el más significativo en términos de su aporte a la oferta pampeana, le siguen en importancia la ganadería y las oleaginosas (fundamentalmente girasol). No obstante, se deben destacar dos aspectos. Por un lado, en todos los casos el porcentaje de superficie dedicada a granos en el total

pampeano es mayor al porcentaje de producción, lo cual pone en evidencia que el SOB experimenta niveles de productividad media menores que el resto del área pampeana debido a razones agroecológicas. Por otro lado, el tamaño medio de las explotaciones y el perfil de especialización intrarregional no es homogéneo. El sur del SOB, además del área de riego con pequeñas explotaciones especializadas en el cultivo de cebolla (producción regional de cierto peso en la oferta nacional), se caracteriza por la presencia de unidades de mayor tamaño promedio dedicadas a la producción de cereales y ganadería. En el oeste se expanden los cultivos oleaginosos (predomina girasol y, más recientemente, cierta expansión de la soja), junto con el trigo, mientras que en el área central se combinan dichos cultivos con la actividad ganadera, siendo la zona de Coronel Dorrego la que mejor reproduce los patrones de productividad propios de la pampa húmeda (Gorenstein, Viego y Barbero, 2004).

#### **La olivicultura en el sudoeste bonaerense**

El clima, décadas de desmonte indiscriminado, la realización de actividades agrícolas en sitios inadecuados y prácticas de laboreo agresivas, han llevado a algunas explotaciones a magnitudes de degradación del suelo que comprometen la continuidad productiva disminuyendo seriamente los resultados económicos, que hacen viables a las explotaciones agropecuarias, de la región del SOB. Es por ello que una de las grandes ventajas que presenta la olivicultura es su carácter complementario a las actividades agrícola ganaderas tradicionales, pudiendo plantarse olivos en lugares donde otros cultivos no serían posibles.

En el SOB las primeras plantaciones datan de los años 1945 y 1950 y estaban destinadas a la producción de aceitunas de mesa. En la década del 80 hubo un proyecto para la elaboración de aceite pero por problemas técnicos debió ser abandonado. Sobre fines de los '90 la actividad se retoma y a partir de allí comienza a consolidarse y reconocerse como un producto de alta calidad. La cantidad de plantas creció de 185.000 plantas en 1999 a 466.241 en el 2012 (Picardi y Obiol, 2014). El partido de Coronel Dorrego fue uno de los pioneros en la actividad y permanece como uno de los más representativos. La distribución de las plantaciones y principales características de los productores puede verse en la Tabla 1.

**TABLA 1. La olivicultura en el sudoeste bonaerense.**

Partido	Plantas	Participación relativa (%)
Bahía Blanca	8.648	1,92
Coronel Dorrego	311.617	69,17
Coronel Rosales	10.680	2,37
Monte Hermoso	7.000	1,55
Patagones	1.220	0,27
Puan	20.241	4,49
Villarino	91.085	20,22
<b>Total</b>	<b>450.491</b>	<b>100,00</b>

42 empresas

La producción se destina a la producción de aceite. Una empresa local produce aceite orgánico que vende fraccionado a Brasil y a granel a EE.UU.

**Características**

Escala pequeña: 3 empresas de más de 100 ha (10%) y 28 de menos de 20 ha (90%)	Alta participación en grupos o entidades intermedias, universidades y sector público Nucleados en la Cámara de Olivicultores Sur Oliva	Políticas de promoción y fomento en algunos municipios
Edad promedio de los productores: 53 años 17% entre 20 y 40 años, 64% entre 41 y 60, y 19% más de 60	Los que tienen educación universitaria no residen en la explotación y la olivicultura no resulta su principal fuente de ingresos	El 95% reside en la región del SOB

Fuente: Elaboración propia sobre la base de Picardi y Obiol (2014).

En Coronel Dorrego los productores más importantes son Biolive y Juan Ignacio Bottini (“El Pial” y “Las Marianas”, y “Las Casuarinas”, respectivamente). Ambos suman una cantidad de plantas estimada en 185.700, lo que representa un poco más del 40%. Las plantaciones son de la década de 1950. El rendimiento promedio de 3,1 ton/ha. La tecnología es escasa o nula con poda a varios brazos principales. Las variedades aceiteras utilizadas son Arbequina, Frantoio, Farga y Manzanilla. Ambos productores son los únicos en la región que cuentan con prensadoras, pudiendo procesar no sólo el aceite propio, sino también del resto de los pequeños productores de la zona. La capacidad promedio de las prensadoras es de aproximadamente 100 litros de aceite de oliva por hora. Posteriormente, pero de muy menor magnitud se encuentran las plantaciones del partido de Villarino (30 ha) y de Puán (12 ha cuya explotación la realiza la Cooperativa de Servicios y Obras Públicas Ltda. de Puán). Finalmente los partidos de Bahía Blanca y Coronel Rosales, suman en total 13 ha implantadas, las cuales constituyen principalmente montes nuevos que se incrementan año a año.

Es importante destacar que existe una relación de cooperación entre los establecimientos ya consolidados y los nuevos, entre los distintos partidos de la zona que ya están en la actividad y los que quieren iniciarse en ella. Se puede agregar que la estrategia de negocio desarrollada por los productores de la zona es la diferenciación y tiene por objeto la elaboración de aceites de oliva de alta calidad, destinados a segmentos de mercado con consumidores exigentes y a países compradores de aceites a granel que son utilizados como aceites “de encabezamiento”. En la actualidad, desde el SOB se están tratando de abrir canales de comercialización para exportar a Europa, y trabajando para cumplir con los requerimientos establecidos por las normas internacionales (FAO, OMS y COI6, entre otras), condición que otras zonas del país no llegan a cumplir por problemas agro-climáticos.

Las plantaciones de olivo en la región cercana al mar generan altos índice de fenoles obteniendo así un aceite alto oleico, diferenciado en calidad lo que constituye una ventaja comparativa con respecto a productores de otras re-

giones del país. La zona cuenta con grandes plantaciones de olivares viejos con métodos de cultivo tradicionales y emprendimientos pequeños con nuevas plantas, en los que se ha incorporado nueva tecnología. Existe vínculos de colaboración entre los productores de la región lo que favorece la prestación conjunta de servicios auxiliares o de apoyo. Todo esto mejora la competitividad de las empresas y la industria, incrementa la capacidad de innovación y estimula la entrada de nuevas empresas generando un proceso dinámico de crecimiento sostenido en toda la región. Falta fortalecer los eslabonamientos hacia atrás (proveedores de maquinarias).

En cuanto a las fases de desarrollo del cluster se ve que la realidad es mucho más rica y menos rígida que cualquier esquema de análisis. Además, es de esperar que haya 10 actividades dentro del cluster que se “atrasen” o se “adelanten” pero lo que no se puede negar es que existen rasgo de evolución que hacen pensar en el desarrollo y conformación de un cluster olivícola maduro exitoso, es decir, capaz de seguir desarrollando su competitividad en base a la mejora continua en la productividad a través del intercambio de información y cooperación entre los distintos actores y la incorporación de nueva tecnología para satisfacer una demanda por demás exigente como la de los sectores de ingresos medios altos, tanto nacionales como internacionales (Picardi y Obiol, 2011).

### **El turismo rural como instrumento de desarrollo local: definiendo el turismo rural**

El cambio en la visión turística que se está produciendo debido a las nuevas preferencias de los viajeros, donde la naturaleza adquiere mayor protagonismo y hay mayor concienciación medioambiental hace que muchos turistas busquen satisfacer necesidades que los destinos tradicionales no pueden cubrir. El nuevo visitante demanda entornos con atractivos naturales y paisajísticos, lugares con identidad propia en los que la cultura y sus costumbres se conserven y actúen como elementos diferenciadores; todo esto debido al aumento en el nivel de estrés y de contaminación en las ciudades que no permite el disfrute de un ambiente tranquilo y agradable como antaño. Es necesario que las zonas rurales se reinventen e intenten aprovechar a pleno todos sus recursos y posibilidades, consiguiendo, de esta forma, adaptar su economía a esta nueva demanda del mercado. Para E. Barrera (1997) el turismo rural es “aquella actividad turística realizada en el es-

pacio rural, compuesto por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación incluye el contacto respetuoso con el entorno natural y una interrelación con la población local” (p.12). Los establecimientos rurales dedicados a la actividad turística recreativa permiten a los visitantes conocer, compartir y aprender otras costumbres y tradiciones, a través de actividades cotidianas, productivas y culturales, sensibilizándolos sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos rurales. Claudia Toselli (2006) explica que “el turismo rural puede considerarse como una variante del turismo cultural, desde la perspectiva de descubrimiento del patrimonio, las costumbres y las actividades de las comunidades rurales. El turismo rural incorpora prácticas culturales que habían quedado en desuso, revaloriza las costumbres y los hábitos campesinos, recupera antiguos procesos y actividades vinculadas a la producción agrícola-ganadera, contribuyendo a preservar la memoria colectiva y la identidad local” (p.12). En este sentido, ya no se habla solo de los recursos naturales que posee un determinado lugar, sino también de la importancia, singularidad y revalorización que adquiere la cultural rural. El turismo rural implica el uso o aprovechamiento turístico del entorno no urbano, sin olvidar las premisas del desarrollo sostenible, generando efectos positivos (conservación del patrimonio, la protección del medio etc.). Se promueve generalmente en áreas “no invadidas”, incluye a la población local como actores culturales, es minoritario y fomenta, a través de encuentros espontáneos y la participación, el contacto cultural.

El campo, la montaña, la naturaleza y en definitiva el paisaje rural, se convierten en los escenarios donde los turistas quieren reencontrar valores que el progreso ha expulsado de los ámbitos de la vida cotidiana. “El paisaje y la cultura rural, pueden ser, según los casos, la vuelta a las raíces, el gusto por lo auténtico, el disfrute de la naturaleza, la tranquilidad y el reposo, la gastronomía del país, las vacaciones a medida, la recuperación del equilibrio personal, las vacaciones de salud, etc.” (p.27). Asimismo Barrera (2009) destaca los beneficios del turismo rural puesto que favorece la creación de empleo y fomento del arraigo rural al utilizar mano de obra rural no agrícola, otorga protagonismo a la mujer y los jóvenes, promueve la revalorización del patrimonio cultural, colabora con la creación de un mercado para la producción, fomenta el asociativismo y sirve para la mejora de la calidad de alimentos y artesanías. Es así que el turismo rural es posible y sigue evolucionan-

do por las siguientes causas: existen muchas localidades rurales que poseen atractivos para el turista, se realiza sin dejar de lado las labores habituales del campo, en el mundo entero está creciendo la cantidad de turistas que se interesan por la vida rural, genera otras alternativas de trabajo tanto para la mujer como para los jóvenes y posibilita una disminución en el abandono del lugar de origen. Por todos estos motivos el turismo rural se presenta como una oportunidad para los productores, quienes encontrarían de esta manera una rentabilidad adicional, abriendo sus “tranqueras” y brindando diversos servicios a los visitantes.

### **Hacia una nueva ruralidad**

Las nuevas configuraciones territoriales en el espacio rural se deben a dos factores importantes: la incorporación de actividades de servicios complementarias a la actividad productiva principal y los cambios en la demanda urbana hacia espacios diferenciados para desarrollar su tiempo libre. Es por ello que, la combinación de estos dos grandes factores conduce a una configuración territorial marcada por el uso de actividades agrícolas y “no agrícolas” en el espacio rural. Esta multifuncionalidad de los espacios rurales es lo que determina que una empresa agrícola, a partir de la inclusión de una actividad proveniente del sector de servicios se transforme en una empresa rural (Craviotti, 2002). A su vez, la multifuncionalidad de los espacios rurales, es decir, la coexistencia de las actividades económicas agropecuarias tradicionales con las otras no agropecuarias, otorga un rol privilegiado al turismo rural como instrumento eficaz de desarrollo territorial y de fomento de las identidades locales, presentándose como una alternativa de desarrollo y posicionamiento como un nuevo producto en la oferta turística. La naturaleza y la cultura rural son recursos con que los productores agropecuarios y los habitantes de los territorios rurales cuentan y que les permiten, a través del turismo rural, revalorizar la historia, las tradiciones, el paisaje, las artesanías y los alimentos con identidad local, logrando una diversificación del sector.

La crisis agropecuaria, motivada principalmente por cuestiones económicas y de políticas públicas en conjunto con el efecto climático, como son las sequías prolongadas o el exceso de lluvias han llevado a la necesidad de reconversión y/o diversificación de este sector tradicional. El ámbito rural, ha buscado entonces alternativas

viabiles para lograr alcanzar una rentabilidad satisfactoria que garantice la sostenibilidad de las actividades rurales. Paralelamente, entre los habitantes de la ciudades se ha producido una revaloración de lo rural, tendencia estimulada por el crecimiento de la importancia de la ecología como factor de interés en la valoración ciudadana. Esta revalorización se ha considerado como fuente de nuevas demandas desde la ciudad al campo; procurando encontrar alimentos tradicionales y paisajes menos contaminados, entre otros. El nivel de información y conocimiento que traen los turistas que visitan las zonas rurales, sorprende a los anfitriones locales. Es frecuente observar que los visitantes conocen más sobre los recursos de la zona que los propios residentes. No se debe olvidar que el turismo rural se desarrolla en un ámbito donde es fundamental la interacción con la población local. Además, el turismo rural se caracteriza por la autenticidad y, en la medida que la misma comienza a perderse, el producto tiende a desvalorizarse. La misma crisis por la que atraviesa el sector en la zona, es la que ofrece oportunidades y sólo aquellos productores que sepan tomarlas a tiempo, lograrán mantener o lograr un mejor posicionamiento. Este desarrollo no puede darse de manera aislada, el territorio es el que permitirá que los productores triunfen o determinará su fracaso. Según B. García (2005) “las actividades complementarias ofrecidas en el destino turístico son un factor de primer orden para atraer al consumidor; las realizadas en el medio rural se han de caracterizar por ser respetuosas con el medio ambiente, natural y social, y estar basadas en los recursos naturales y culturales existentes en la zona en concreto. El consumidor turístico demanda un turismo a la carta y su selección depende, entre otros atributos, de las actividades complementarias ofertadas” (García, 2005).

La creación de productos en estos entornos, considerándolos como la suma de un sinnúmero de recursos, que van desde los paisajes, monumentos, y tradiciones, hasta la oferta de alojamiento, las actividades de turismo activo o la oferta gastronómica, entre otros, son una oportunidad para beneficiar al entorno rural (Pulido Fernández, 2008). Así, en el ámbito rural han ido surgiendo distintos tipos de turismo o de productos turísticos que pretenden aportar mayor actividad económica y de ocio a los municipios. Todos ellos surgen del aprovechamiento de los atractivos que ya tienen, dándoles un uso alternativo y logrando una identidad que los diferencie.

### Turismo rural en Argentina

El turismo rural es un fenómeno relativamente reciente en el mundo y surge como resultado de una conjunción de factores propios de las sociedades postindustriales, en donde las tendencias de consumo recreativo han evolucionado hacia lo que se denomina turismo a la carta (Cánoves et al., 2004). Los espacios rurales han pasado a diversificar sus usos y uno de ellos es el turístico. Este redescubrimiento de los espacios de interior, y la reconversión del espacio-patrimonio rural para usos turísticos, viene acompañado de la revalorización de aspectos como la autenticidad cultural de los lugares, la revalorización de las raíces y una concienciación medioambiental de las sociedades urbanas (Cánoves, et al., 2005). El turismo rural en Argentina puede asumir diversas modalidades de acuerdo a la demanda del turista y a las posibilidades de los oferentes. Estas son agroturismo, turismo aventura, turismo cultural, turismo de estancia, turismo gastronómico, turismo educativo, ecoturismo, turismo religioso, turismo deportivo, turismo de eventos, turismo de salud, entre otros. Acorde con la evolución de la actividad a nivel internacional, el turismo rural en el país surge principalmente por dos factores: la crisis sectorial que lleva a los agricultores y ganaderos a buscar otras alternativas y la visualización de una demanda creciente a partir de un sector dinámico como es el turismo.

La crítica situación de una parte del sector agropecuario argentino fue lo que dio impulso al turismo rural, configurándose, en algunos casos, como la única manera viable de mantener sus establecimientos. La diversificación de la agricultura ha sido un patrón que se dio, principalmente, entre los productores de menor escala, quienes, precisamente por producir a menor escala, pierden competitividad para la producción de commodities. Barrera (2006) señala que la modificación de la función productiva tradicional, entre las que se encuentra la incorporación de actividades no agrícolas y servicios, surge en muchos casos, debido a la necesidad de diversificación del riesgo y de generación de ingresos adicionales a los agrícolas. Se produce con ello un aumento de los encadenamientos de la agricultura hacia otros sectores y el aumento de las ocupaciones no agrícolas de los habitantes rurales, incrementándose con ello los niveles de pluriactividad del sector (Craviotti, 2002). En este contexto es cuando la actividad turística-rural tiene su gran desarrollo, multiplicándose la cantidad de establecimientos que incorporan a sus activi-

dades agropecuarias la posibilidad de readaptar los cascos de las estancias y brindar servicios adecuados y adaptados a la demanda potencial.

Según la clasificación utilizada por la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2009), en la Argentina la mayor oferta de establecimientos de turismo rural está compuesta por el turismo de estancias, con una participación del 40% de la oferta total, seguida por el turismo de bodegas con una participación del 16%. Las chacras-granjas y la oferta de turismo activo en conjunto componen el 25% de la oferta, con igual cantidad de establecimientos. Así, más del 80% de la oferta de establecimientos de turismo rural en la Argentina está compuesta por turismo de estancia, bodegas, chacras-granjas y turismo activo. Este escenario plantea excelentes posibilidades para los productores de la zona del Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires, ya que muchos de ellos sin posibilidades de acceder a financiamiento bancario y sin estar actualizados tecnológicamente, han quedado marginados. Sin embargo, tienen una ventaja fundamental con respecto al resto, ya que generalmente estos paisajes son los que menos se han modificado. Consecuentemente, es la propia región y su pasado, la que provee el potencial para el desarrollo futuro. La calidad de un paisaje muy rico en términos históricos, naturales y culturales, proporciona la base del desarrollo futuro de las áreas rurales de la región.

### Nuevas modalidades de turismo rural: el oleoturismo

Desde una perspectiva turística, el mundo rural ha ido reinventándose poco a poco y ofreciendo actividades más concretas y específicas, que satisfacen necesidades mucho más especializadas y focalizadas, para conseguir llamar la atención de un público muy variado, intentando sacar provecho de todas sus peculiaridades y convirtiéndolas en recursos de gran atractivo. El producto oleoturístico surge del uso alternativo de uno de los productos más importantes y necesarios de la dieta mediterránea, el aceite de oliva, el cual, bien promocionado y gestionado, podría ser capaz de captar el interés turístico de un grupo considerable de personas. El oleoturismo, como explotación turística, surge como una modalidad temática específica, que nace y se extiende, bajo el ejemplo exitoso del enoturismo. El enoturismo, o turismo basado en el vino, tiene una base muy similar a la del oleoturismo, y es considerado ya por muchos como un producto específico debido a la gran importancia que está adquiriendo en el

mercado tanto nacional como internacional. Se basa en un paisaje donde los cultivos de viñedos son protagonistas, y de esta forma se vincula a la cultura vitivinícola. Es así que muchos vinicultores han visto una oportunidad en esta nueva modalidad de turismo y han decidido construir hoteles, abrir sus bodegas de cara al visitante, o hacer visitas a sus viñedos, como un atractivo más. Este tipo de turismo se encuentra muy vinculado con el de salud y belleza pues oferta tratamientos de vinoterapia, o con el gastronómico pues no deja de ser un alimento, así como con el turismo cultural pues lleva incluida una tradición y un arte, es decir, que aun habiéndose convertido en una modalidad turística concreta, no puede verse de manera independiente respecto al resto, pues existe una gran vinculación entre estos tipos de turismo específicos (Pulido Fernández, 2008). Al igual que el enoturismo, el modelo de oleoturismo surge con una base gastronómica, pues parte de la idea de que un producto en principio alimenticio como el aceite, puede atraer visitantes a una localidad, ya sea como componente en platos típicos de la zona o para ver cómo se elabora paso a paso; por el paisaje del que se envuelve, pues el turista que decide realizar actividades de oleoturismo es muy probable que se desplace al terreno donde se cultiva y realiza la recolección de la aceituna, viviendo una experiencia en el medio natural; y por la cultura tradicional en la que se produce, pues es una práctica que lleva realizándose durante miles de años a lo largo de la historia, y esto acarrea una conexión estrecha con la etnografía.

Según M. Cobo Aguilera (2014) “el oleoturismo es un segmento caracterizado por huir de las grandes masas de personas y por ser respetuoso con el medio ambiente, la cultura o las tradiciones locales. Se refiere a actividades relacionadas con el aceite de oliva combinando visitas, alojamientos, restauración, compras, rutas, etc. Y en definitiva, la difusión de la cultura de este producto” (p.21). “El medio rural es una parte integral de la experiencia oleoturística, ya que el destino incluye paisajes, clima, etc. Un paisaje rural implica también un estilo de vida que refleja una determinada cultura y que contribuye a crear una imagen turística (Aybar, 2004)” (Molina Moreno, V. y otros, 2011, p. 536). Para M. Cobo Aguilera (2014) son muchas las actividades que en los últimos años se han ido creando en torno a este producto como son excursiones a las tierras de cultivos o a olivos milenarios, catas de aceite, degustaciones del producto, visitas a almazaras, etc. Sin

embargo, la autora plantea que, “el mayor problema es que todo han sido propuestas descentralizadas, en las que denominaciones de origen, almazaras, empresas del sector, individualmente, han ido desarrollando actividades sin conexión entre ellas” (p.22). Según Millán et al. (2015), se considera como oleoturista a aquella persona que realiza un desplazamiento en su tiempo de ocio, a un lugar distinto al de su residencia habitual, para profundizar en el conocimiento de la cultura del olivo y del aceite, no teniendo que alojarse en un lugar específico, y que realiza alguna/as de las siguientes actividades de turismo a la carta:

- Visita a almazaras (lugar en el que se obtiene el aceite de oliva, a partir de las aceitunas, mediante un proceso en el que interviene maquinaria diversa), a viejos molinos aceiteros, a antiguas haciendas, a oleotecas y tiendas especializadas o a museos del aceite. Con esta práctica se puede conocer el proceso de producción específico del aceite de oliva.
- Visita a la explotación agraria y contemplación de la estética de los paisajes del olivar. Dentro de este apartado, como actividad singular, se pueden destacar también las visitas para contemplar ejemplares monumentales que es posible encontrar en algunas zonas productoras.
- Participación en fiestas del aceite que se celebran en determinadas localidades productoras.
- Conocimiento de las diferentes tradiciones populares vinculadas a la cultura del olivo.
- Participación en actividades gastronómicas con el aceite de oliva como protagonista.
- Recorrido de las rutas vinculadas a las Denominaciones de Origen (D.O.) del aceite de oliva existentes en algunos países, como España, Italia y Portugal.
- Asistencia a ferias comerciales relacionadas con la producción del aceite de oliva.
- Conocimiento de las características de otras industrias relacionadas con el olivo y el aceite de oliva (cosmética, conserveras, artesanía de madera, aceitunas aderezadas, etc.).

A nivel mundial España forma, junto a Italia, Grecia, Francia y Portugal, el núcleo de los países tradicionalmente productores de aceite de oliva, base de la economía de muchas regiones y, además, sostén de su equilibrio ecológico. En España son varias las zonas que están desarrollando iniciativas para poner en valor el oleoturismo y que

las visitas de turistas complementen la propia actividad industrial y agrícola que ya desarrollan las zonas productoras de aceite. En concreto, el oleoturismo en España se puede practicar en Andalucía, Aragón, Cataluña, Extremadura y Castilla La Mancha, a través de diferentes rutas que estructuran toda la oferta turística vinculada al aceite de oliva. Un destino para destacar es Jaén, el principal productor de aceite de oliva español. Jaén cuenta con varias de las mejores propuestas de oleoturismo de España. Entre ellas se pueden destacar rutas del olivo en las que se visita el museo del aceite, talleres de cata, visitas culturales, oferta de olivaterapia en balnearios, usando este producto como exfoliante y envolviendo la piel con él para hidratarla, así como su uso en varios spas de la zona en distintos tratamientos, etc. Uno de los pack más organizados que tienen lugar en esta provincia viene de la mano de una de las almazaras de más prestigio a nivel mundial y productora de uno de los mejores aceites de España, Oro de Bailén. Las actividades que ofrecen son diversas: un desayuno molinero, una visita guiada a la almazara donde el turista puede apreciar el proceso de producción desde la recepción del fruto hasta su envasado, una degustación de sus aceites, una visita guiada por las fincas, donde pueden ver cuál es el trato que recibe el fruto y el cuidado que requiere o un almuerzo donde el protagonista vuelve a ser el aceite de oliva virgen extra. Otro ejemplo interesante, es el de las islas Baleares, donde el gobierno ha querido incentivar este tipo de atractivo turístico con el nombre de "Oleoturismo de Mallorca. El arte de la naturaleza". Esta isla se caracteriza por disponer de olivos centenarios en la sierra Tramontana, los cuales a día de hoy tienen un gran valor histórico y paisajístico y son considerados obras de arte dignas de ser observadas. Así pues, partiendo de esto nace este proyecto donde se combina paisaje, cultura, gastronomía y entretenimiento. El turista que opta por esta opción tendrá la oportunidad de conocer algunos de estos olivos con más de 500 años de antigüedad, visitar almazaras tradicionales, restaurantes con cocina tradicional donde el aceite de oliva es el principal protagonista.

En el caso de Italia existen muchas variedades de aceite de oliva cuyo sabor se ve influenciado por las condiciones climáticas, tipo de suelo, el modo de cultivo y cosecha del propio país. Así pues, también desde esta zona se están comenzando a realizar actividades turísticas en torno a este fruto. Olivitalia y su proyecto de "Adopta un Olivo Italiano" invita al visitante a conocer el camino del aceite, experi-

mentando un viaje para todos los sentidos, disfrutando de la campiña y de sus olores. Asientan esta experiencia en el turismo rural guiado por la naturaleza y por las etapas del cultivo del olivo. Proponen un fin de semana en el que se seguirían los pasos de la poda, la labranza, la recolección de las aceitunas, mostrándoles cómo trabajan los campesinos y el empeño que ponen en el trato del fruto, además de rutas y paseos por los molinos o degustaciones de la cocina local de las distintas regiones italianas. En definitiva, permiten combinar en el mismo día una experiencia directa con la aceituna, el descubrimiento del territorio y la cultura local y degustar los auténticos sabores de la tradición (Olivitalia, 2014 citado en Cobo Aguilera, M., 2014). En Argentina, así como el mundo de la vitivinicultura se amalgamó muy bien con el turismo y generó grandes emprendimientos de enoturismo, el aceite de oliva, también trasciende las fronteras de la mera producción para dar la nota en emprendimientos que se ligan al turismo, y a la comunicación de toda una cultura milenaria que en Mendoza encontró una cuna más que rica. Además, se instaló en la sociedad como producto con notables beneficios para la salud: de efecto antioxidante, beneficioso para la piel y protector del sistema cardiovascular, entre otras cualidades.

Es así que, en el año 2000, la Fundación Seminare comenzó a trabajar para ayudar a los productores a través de diversas actividades de promoción. La Fundación Seminare nació como una entidad de educación y salud, asociada a dos institutos médicos. Allí comenzaron a estudiar los beneficios para la salud del consumo de aceite de oliva y su directos, bioquímico de profesión, decidió dedicarse a rescatar la cultura del olivo. Lo hizo de forma similar a como se realizó con el turismo del vino, aunque en el caso del aceite de oliva, con el énfasis puesto no tanto en la producción sino en la gastronomía. Las propuestas que esta entidad organiza para recuperar el valor de la cultura olivícola en la provincia abarcan diversas áreas: patrimonial, religiosa, económica, turística, cultural y de capacitación. Entre ellas se encuentra la creación de una Ruta del Olivo, que incluye diversos restaurantes que ofrecen menús elaborados con aceite de oliva y aceitunas. Además, deben poner a disposición de sus clientes al menos tres marcas de aceite en sus envases originales. Esta ruta de la gastronomía olivícola se desarrolla habitualmente desde el 9 de julio hasta el 21 de setiembre, cuando está disponible la nueva producción. El circuito incluye locales gastronómi-

cos, industrias y olivos patrimoniales, pero no se trata de un recorrido fijo, a la manera de los Caminos del Vino, sino que varía de acuerdo a la temporada.

La provincia de Córdoba también se presenta como promisoría para el desarrollo del oleoturismo. El recorrido puede comenzar en Cruz del Eje, donde cada año se organiza en la primera quincena de febrero la Fiesta Nacional del Olivo, además de exposiciones de agroindustria que incluyen a este noble árbol como protagonista y revelan la sólida tradición de la producción aceitera en tierra cordobesa. En la región se pueden recorrer los olivares y visitar las distintas industrias aceiteras, donde se brinda degustación y una explicación del proceso de elaboración del aceite extra virgen y orgánico. De hecho, en Cruz del Eje se encuentra el mayor olivar de Sudamérica en un solo bloque, con unas 1.200 hectáreas en producción, y sus numerosas fincas conforman una interesante Ruta del Olivo provincial que incluye a localidades como San Nicolás y Paso Viejo, ideales para disfrutar del turismo rural. Entre las principales productoras se encuentran Soliva, Cuenca del Sol, Roberto Álvarez, Olivares San Nicolás y Fábrica La Cartuja, que ofrecen degustaciones de aceitunas y aceites, demostraciones de elaboración y visitas guiadas a las plantaciones.

El otro foco productivo olivícola está en el valle de Traslasierra, al pie de las montañas que vinculan San Luis con Córdoba entre paisajes de un verde excepcional. Una de las fincas más conocidas en esta región es Olium, que cultiva aceitunas con métodos orgánicos en más de 20 hectáreas. Todo el proceso se realiza in situ: la cosecha a mano en el momento ideal de madurez del fruto; la recepción y el lavado de las olivas; la molienda y el batido en frío que darán el primer aceite.

El último paso es la extracción, cuando se separa el aceite del resto de la fruta. Olium ofrece visitas a las instalaciones, explicación del proceso de obtención de un aceite extra virgen, degustación de productos y venta directa al visitante. Siempre en el valle de Traslasierra, se puede visitar también Sierra Pura, una finca de 42 hectáreas que nació en el año 2004 y hoy cuenta con más de 12.500 olivos plantados y alimentados gracias a un sistema de riego por goteo. En Sierra Pura, que está desarrollando un auténtico programa de oleoturismo, se ofrece una visita guiada gratuita a la plantación, que los responsables de la finca

describen como una “experiencia multisensorial” de unos 50 minutos de duración. Después del recorrido, hay una cata en la que guías especializados enseñan a reconocer los diferentes sabores del aceite de oliva y recomiendan los maridajes para cada variedad.

Otra provincia donde también se produce el aceite de oliva es San Juan que continúa dando pasos firmes para consolidar el rol del olivo y del aceite de oliva en la economía provincial y proyectarlo al ámbito nacional e internacional, siendo una de sus iniciativas relevantes la organización de ArgOliva. Este es un Encuentro Olivícola Internacional donde se dictan cursos de cata y maridajes, clases de cocina y rondas de negocios.

### **El oleoturismo en el sudoeste bonaerense**

De los 42 establecimientos dedicados al cultivo de olivos en la zona de estudio hay sólo cuatro que hasta el momento han comenzado con alguna actividad incipiente que se puede enmarcar dentro de las mencionadas como oleoturismo. Para caracterizar la actividad de oleoturismo se realizó una entrevista a los responsables de los establecimientos dedicados a esta actividad en el área de estudio. A continuación se presenta la información obtenida del trabajo de campo. Finca Oliva Olivos es una empresa familiar, que produce aceite de oliva y productos artesanales. Durante todo el año, abre su tranquera los fines de semana, feriados y también con eventos privados. En el casco de la Finca Oliva Olivos se encuentra la Casa de Té & Bistró, que ofrece una propuesta diferente a la hora de la merienda, con servicios de té en hebras, con amplia variedad de exquisiteces caseras, hechas para el disfrute de una tarde o los ahumados y frutos de la huerta para compartir una picada a la caída del sol. En el período de cosecha, ofrece jornadas especiales donde se instruye a los participantes sobre los métodos de cosecha y extrusado. Mientras se ofrece un almuerzo o merienda, se procesan las aceitunas, así el visitante se lleva a la casa el aceite que cosechó. El equipo Finca Oliva Olivos guía al visitante por el predio explicando las bondades del olivo como árbol, y los beneficios para el cuerpo y el medio ambiente. Cuenta también con una granja en crecimiento, donde los chicos pueden alimentar y estar en contacto con caballos, corceiros, patos, conejos, entre otros.

La Finca La Comarca está ubicada en el partido de Coronel Dorrego y es la concreción de los anhelos de tres



emprendedores de la región unidos por el conocimiento personal y una gran amistad de años que deciden apostar a una nueva actividad ligada a la tierra y a la producción. En el año 2007 se concreta la compra del campo donde se desarrolla en la actualidad el emprendimiento. Ofrece acompañamiento de personal especializado para descubrir cada secreto de los olivos, recorriéndolos a través de un camino flanqueado por jóvenes viñedos de las variedades Malbec, Merlot y Sirah. Una vez dentro se comparten conocimientos y vivencias en el Vivero Olivícola, único en la región, conociendo en profundidad el origen y procesos utilizados para lograr un excelente Aceite de Oliva Extra Virgen y numerosos productos derivados, dulces caseros, etc. que se degustan al finalizar el recorrido, en el Restó Boutique "Arbequina". Si bien la Finca La Comarca abre sus tranqueras y ofrece diferentes alternativas durante todo el año es de destacar el programa de otoño, época de cosecha, donde propone el programa "Cosechar sueños con nosotros". El mismo se realiza sábados y domingos se puede disfrutar de un paseo guiado por el olivar, donde a cada paso el visitante descubrirá todos los secretos del mundo de la olivicultura y cosechará aceitunas para poder elaborar su propio "Aceite de Oliva" y aprender todo lo referente a su proceso productivo. También se proponen estas actividades para colegios y jardines adaptándolas a los requerimientos y edades de cada grupo.

La Estancia Don Gastón es un establecimiento agropecuario con una gran plantación de ejemplares de olivos en plena producción, de los cuales se obtiene aceite de oliva, que se comercializa con marca propia: Olio Pampa Aceite De Oliva Artesanal. También se dedica a la cría de equinos para práctica de polo. Dentro de las propuestas que ofrece se puede observar y participar de las actividades de la producción olivícola según la época del año, como así también de la actividad de polo desarrollada en el establecimiento. El entorno es también propicio para el avistaje de aves, caminatas, cabalgatas y paseos en carruajes antiguos. La estancia ofrece también cosmética basada en el aceite de oliva. Es atendida por sus dueños e integra junto con otros siete establecimientos el circuito turístico "Los Olivares" de Cnel. Dorrego. El Circuito turístico Los Olivares está formado por un grupo de emprendedores de los

Partidos de Cnel. Dorrego y Monte Hermoso (Provincia de Buenos Aires), bajo el asesoramiento técnico brindado por la Estación Experimental INTA- Barrow. El eje de la propuesta trabaja con el turismo rural desde la revalorización de las plantaciones de olivos y un entorno natural de mar y sierras. Ofrecen diferentes alternativas turístico-recreativas (días de campo, caminatas, paseos en carruajes, alojamiento en estancias y posadas, práctica de polo, pesca, degustación de productos regionales, etc.).

La Finca Rumaroli nace en octubre de 2004 como una empresa familiar dedicada a la olivicultura. La finca de 80 ha está ubicada en Ruta 3 km. 591 y Ruta 72 en Cnel. Dorrego, Provincia de Buenos Aires. Entre los años 2006 y 2008 se comienzan a elaborar los primeros aceites, con una máquina alquilada. En el frente de la finca hay un puesto móvil de venta donde se promociona el aceite, su calidad, la finca y los principios de los mismos. El trabajo de cosecha, traslado, lavado, prensado, centrifugado, y almacenamiento se realiza dentro de las doce horas de cosechado el fruto. Todo lo producido se comercializa dentro del año de cosecha.

Finca Olivícola Rumaroli entiende que "al cosechar las aceitunas en su justa maduración, fresca y limpieza hace del producto la diferencia de calidad. Acompañan la venta con folletería de información, así como las bondades del aceite de Oliva virgen Extra en el cuidado de la salud". La ubicación de privilegio que tiene la finca facilita su comercialización. Es así que la Cámara Sur Oliva (Cámara Olivícola que agrupa a los productores del sur de la Provincia de Buenos Aires) acaba de certificar a los productos como Costa Ventana por encontrarse entre el mar y Sierra de la Ventana, un verdadero orgullo familiar y para la zona de Coronel Dorrego. La finca se abre al turismo en cualquier época del año previa consulta, pero se recomienda hacerlo en diferentes épocas en función de las actividades que se realizan: durante abril, mayo, junio y julio época de poda, agosto y septiembre fumigaciones, octubre y noviembre floración, a partir de diciembre cuaje y a partir de abril cosecha y elaboración. En la Tabla 2 se sintetiza la información referida a las actividades de oleoturismo que ofrecen los establecimientos analizados.

**TABLA 2. Actividades de oleoturismo en el sudoeste bonaerense.**

Actividad/Establecimiento	Finca Oliva Olivos	Estancia Don Gastón	Finca Rumaroli	La Comarca
Visita para conocer el proceso de producción del aceite de oliva	Si	Si		Si
Paseo por rutas vinculadas a las D.O. del aceite de oliva				
Asistencia a ferias relacionadas con la producción del aceite de oliva	Si	Si		Si
Conocimiento de las características de otras industrias relacionadas (cosmética, conservas, etc.)		Si (cosmética)		
Participación en actividades gastronómicas con el aceite de oliva como protagonista	Si	Si	Si	Si
Conocimiento de las tradiciones vinculadas a la cultura del olivo	Si	Si	Si	Si
Participación en fiestas del aceite que se celebran en localidades productoras		Si	Si	Si

Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo.

Es de destacar que en la región se celebra desde hace siete años la “Fiesta Provincial del Olivo”. La misma se realiza a mediados del mes de abril en la localidad de Coronel Dorrego. Allí se promociona, muestra y ofrece esta producción alternativa que significa un gran orgullo para la localidad, que por las características de suelo y clima de este distrito, ha ocupado un lugar preponderante no sólo a nivel nacional sino internacional. Entre las actividades que se llevan a cabo en el marco de la misma se pueden destacar charlas técnicas, concursos de platos y espectáculos artísticos. Durante toda la fies-

ta hay stands de venta de comidas de colectividades y el aceite de las empresas locales, se pueden recorrer los establecimientos del circuito turístico Los Olivares y conocer la producción de firmas aceiteras. De las entrevistas realizadas se desprende que la inclusión de la actividad turística en los establecimientos requirió de algunos cambios tanto en la calificación del personal ocupado como en el equipamiento e instalaciones. A manera de síntesis, en la Tabla 3 se presentan algunos de los efectos de la introducción del oleoturismo en el funcionamiento de las firmas visitadas.

**TABLA 3. Efectos de la introducción del oleoturismo.**

Dimensión	Efectos
Instalaciones	Mejoras edilicias para recibir turistas y que puedan participar de las actividades de producción del aceite de oliva
Entorno	Parquización y presentación de flora y fauna
Personal Ocupado	Incorporación de personal calificado en turismo para explicar la actividad
Competencias en el trabajo	Capacitación en atención al cliente
Ingresos	Variable (en dos casos muy importante y en los otros dos mínimo)

Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo.

## CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos es posible plantear las siguientes conclusiones:

- La necesidad de encontrar alternativas de diversificación económica para muchas localidades ubicadas en zonas oliveras y que presentan un alto grado de dependencia del sector primario, junto con las nuevas tendencias, surgidas en el sector del turismo, otorgan un papel especialmente relevante a aquellas actividades que permiten capturar la esencia de la cultura que rodea al mundo del olivo y del aceite de oliva. Se trata de prácticas turísticas con las que diversificar las actividades económicas en el medio rural, vinculando la puesta en valor de los paisajes del olivar con la promoción del desarrollo rural y regional: la generación de empleo, la fijación de la población, la creación de cooperativas y la preservación de los paisajes del olivar y del patrimonio cultural asociado a los mismos.
- El oleoturismo representa una nueva propuesta para disfrutar del tiempo libre que conjuga cultura, naturaleza y gastronomía. Es una forma de difundir el modo de vida de la tierra, las bondades del aceite de oliva y de disfrutar de todo lo relacionado con el olivo. Además, dinamiza las actividades económicas tradicionales y revaloriza las características culturales locales, aportando alternativas reales de empleo en zonas rurales. Se trata pues de un complemento económico, sobre todo, cuando la producción de aceite deja de ser rentable.
- En el SOB si bien el turismo rural y la olivicultura se desarrollan desde hace bastante tiempo, es en el último decenio donde ha cobrado interés el oleoturismo, incrementándose de a poco el número de visitantes que optan por esta modalidad. La incorporación del oleoturismo a las actividades tradicionales de los establecimientos se presenta como una oportunidad para reutilizar y poner en valor construcciones en desuso o subutilizadas, y disminuir la pérdida del patrimonio natural, cultural y artístico de los espacios rurales, así como también una posibilidad para los productores agropecuarios de diversificar sus ingresos.
- Los establecimientos visitados que han decidido innovar con el oleoturismo coinciden en afirmar que la introducción del mismo ha sido beneficiosa para mantener las instalaciones y su entorno, mejorar la capacitación del personal e incluso aumentarlo. Esta actividad ha tenido también efectos positivos, aunque de manera muy variable entre una firma y otra, en la generación de ingresos.
- En definitiva, el oleoturismo es un producto turístico con gran potencial de crecimiento que puede favorecer el desarrollo económico y territorial del SOB y constituirse en una oferta turística de calidad que dé respuesta a las expectativas de los visitantes. Para avanzar en el tema se prevé en investigaciones futuras realizar un estudio de demanda que permita caracterizar la demanda turística existente y estimar la demanda potencial, realizando encuestas a los oleoturistas que han visitado los establecimientos analizados en este trabajo.

## REFERENCIAS

- Barrera, E. (1997).** Turismo rural en la Patagonia. Situación actual y sugerencias para su desarrollo. Informe preparado para la Secretaría de Turismo de la Nación luego de un relevamiento realizado en la región. Buenos Aires, Argentina.
- Barrera, E. (1998).** Situación del turismo rural en la República Argentina. Montevideo: CINTENFOR/OIT.
- Barrera, E. (2006).** Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola. Montevideo: CINTENFOR/OIT.
- Blanco, M., Riveros, H. (2004).** Las rutas alimentarias una herramienta para valorizar productos de las agroindustrias rurales. El caso de la Ruta del Queso Turrialba (Costa Rica). Toluca: Congreso Agroindustria Rural y Territorio (ARTE), Toluca, México. Recuperado de: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_nlinks&ref=2767835&pid=S1515-5994201000020001400005&lng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=2767835&pid=S1515-5994201000020001400005&lng=es)
- Cals, J., Capella J., Vaqué, E. (1995).** El turismo en el desarrollo rural de España. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación". Madrid, España.

- Canoves, G. et al. (2004).** Rural tourism in Spain: an analysis of recent evolution. *Geoforum*, 35, 755-769.
- Canoves, G., Herrera, L., Villarino, M. (2005).** Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones. *Cuadernos de Turismo*, 15, 63-76.
- Cobo Aguilera, M. (2014)** Creación de un club de producto oleoturístico en la subbética cordobesa, (tesis de Máster), Universidad de Málaga, España. Recuperado de: <http://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/8085/TFM%20M%C2%AA%20del%20Carmen%20Cobo%20Aguilera.pdf?sequence=1>
- Conte, S. (04 de noviembre de 2011).** En la ruta del aceite de oliva, *Diario Los Andes*. Recuperado de <http://archivo.losandes.com.ar/notas/2011/11/4/ruta-aceite-oliva-604399.asp>
- Craviotttil, C. (2002).** Cambios de la modalidad de trabajo: de la producción agraria a la prestación de servicios turísticos. *Estudios del Trabajo*, 24, 117-136.
- Finca La Comarca Turismo (mayo de 2016).** Recuperado de <http://www.fincalacomarca.com/#!turismo/c1e3w>
- Finca Rumaroli Olivícola (mayo de 2016).** Recuperado de <http://www.fincarumaroli.com/conocenos/>
- García, B. (2005).** Características diferenciales del producto turismo rural. *Cuadernos de Turismo*, 15, 113-133
- Melián A., Millán G., López T. (2008).** Vinos con denominación de origen. La Denominación de Origen de Alicante. *Revista Viticultura y Enología Profesional*, 114, 515.
- Millán, G., Agudo, E. & Morales, E. (2011).** Análisis de la oferta y la demanda de oleoturismo en el sur de España: un estudio de caso. *Cuadernos de Desarrollo Rural*. 8 (67),181-202.
- Millán, G., Amador Hidalgo L., Arjona Fuentes J. (2015).** El oleoturismo: una alternativa para preservar los paisajes del olivar y promover el desarrollo rural y regional de Andalucía (España). *Revista geografía Norte Grande*. 60, 195-214.
- Molina Moreno, V., Quesada Rubio, J., Ruiz Guerra, I. (2011):** Potencial del oleoturismo como diversificación económica del sector cooperativo agrario: el caso español. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, XVII (3), Julio - Septiembre 2011, 533-541.
- Municipalidad de Coronel Dorrego, Circuito Turístico Los Olivares (mayo de 2016).** (mensaje de blog) Recuperado de <http://circuitoturisticoosolivares.blogspot.com.ar/2013/03/blog-post.html>
- Olivitalia Italia Slow Tour (mayo de 2016).** Recuperado de <http://www.olivitaliaslowtour.com/it/>
- Picardi, S., Obiol, L. (2011).** Desarrollo territorial sostenible: la ovicultura en el sudoeste de Buenos Aires, Argentina, *Trayectorias* 13 (32) enero-junio 2011.
- Picardi, S., Obiol, L. (2014).** Aceite de oliva argentino y un nuevo actor: el sudoeste bonaerense. Bahía Blanca: EDIUNS.
- Pulido Fernández, J. (2008).** El turismo rural. Estructura económica y configuración territorial en España. Madrid: Síntesis S.A.
- Reca, L., Parellada, G. et al. (2001).** El sector agropecuario argentino: aspectos de su evolución, razones de su crecimiento reciente y posibilidades futuras. Argentina: Editorial Facultad de Agronomía.
- Toselli, C. (2006).** Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *Revista de Turismo y patrimonio cultural: Pasos*.4 (2), 175-182. Recuperado de: [http://www.usal.edu.ar/archivos/imae/otros/a\\_ocio-02.pdf](http://www.usal.edu.ar/archivos/imae/otros/a_ocio-02.pdf)

RESEARCH / INVESTIGACIÓN

# El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador

## The community tourism product as a strategy to diversify the local economies of Bolívar Canton, Manabí Province, Ecuador

Nelson García Reinoso<sup>1</sup>, Neme Yamil Doumet Chilan<sup>2</sup>

**Resumen:** El objetivo de este trabajo es el diseño de un producto turístico comunitario (PTC) para la diversificación de las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador, cuyo fin es contribuir al desarrollo de las comunidades de Cabello, Sarampión, Chapulí, Primera Piedra, Julián y la Esperanza. La metodología propuesta se fundamenta en la revisión de la literatura y se ajusta a las Fichas de Inventario Turístico del Ecuador (2008) y el Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Bolívar (2011). La base de este trabajo fue el diagnóstico turístico situacional y la recopilación de información se basó en las dimensiones social, económica, política e institucional. Se realizó una valoración de la gestión turística mediante la aplicación de la matriz DAFO para identificar estrategias dirigidas a la potencialización de los recursos naturales y culturales que caracterizan el área objeto de estudio. Se realizó un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda actual y potencial. La estructuración del PTC se sustentó en dos rutas turísticas que integran a seis comunidades que forman parte del cantón Bolívar y el diseño del mismo define las estrategias de comercialización y promoción. Una importante conclusión es que la implementación del PTC permite el aprovechamiento de las potencialidades turísticas del cantón Bolívar y por ende tributa al desarrollo turístico local de sus comunidades.

**Palabras clave:** Producto turístico comunitario, gestión turística, desarrollo local.

**Abstract:** The objective of this work is to design a community tourism product (CTP) for the diversification of the local economies of Bolívar Canton, Manabí Province, Ecuador, the goal of which is to contribute to the development of the communities of Cabello, Sarampión, Chapulí, Primera Piedra, Julián and la Esperanza. The proposed methodology is based on a literature review and is adapted to the Ecuadorian Tourist Inventory Sheets (2008) and the Land Use Plan for the Bolívar Canton (2011). The basis of this work was the situational tourist diagnosis and the data collection was based on social, economic, political and institutional dimensions. Tourism management was assessed by applying a SWOT analysis to identify strategies that could maximize the natural and cultural resources that characterize the study area. A market study was performed to learn about the current and potential supply and demand. The structuring of the CTP was sustained on two tourist routes that integrate six communities in the Bolivar Canton and its design defines the marketing and promotion strategies. An important conclusion is that the implementation of the CTP can harness the tourism potential of the Bolivar Canton and therefore contribute to the development of local tourism in its communities.

**Keywords:** Community tourism product, tourism management, local development.

(Presentado: 05 de diciembre de 2016. Aceptado: 2 de febrero de 2017)

<sup>1</sup> Ingeniero Industrial. Master en Gestión Turística en la Universidad Central Marta Abreu de Las Villas, Cuba. Docente universitario de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López ESPAM MFL, Ecuador.

<sup>2</sup> Licenciado en Turismo en la UNIRONDON Brasil. Magister en Planificación de Proyectos Turísticos Ecológicos, Universidad Agraria del Ecuador. Docente investigador de la ESPAM-MFL, Ecuador.

## INTRODUCCIÓN

La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE, 2013), miembro del Consejo Consultivo del Ministerio de Turismo (MINTUR), considera al turismo comunitario en la visión de las propias comunidades, que buscan la construcción de un verdadero turismo intercultural, donde sus miembros participen activamente, garanticen el manejo adecuado de los recursos naturales, la valorización de sus patrimonios, derechos culturales y territoriales de los pueblos y nacionalidades permitiendo la redistribución equitativa de los beneficios generados.

Se menciona que la actividad turística enfocada al turismo comunitario es una estrategia social, que ha permitido generar ingresos y crear una oportunidad de fomentar empleos, sumando nuevas actividades económicas a los pueblos del Ecuador. Esto representa un apoyo para frenar la migración rural, mejorar la calidad de vida, preservar la arquitectura de los pueblos tradicionales, la cultura, el desarrollo sostenible y la participación activa de los grupos sociales, características inseparables del turismo comunitario. Esta actividad tiene un enfoque diferente porque no solo busca utilidades económicas, sino también el bienestar de los involucrados que muchas veces sustituye el papel del Estado al proveer a la comunidad de servicios básicos como la salud y la educación que son escasos en el sector rural del Ecuador.

En el ámbito latinoamericano se señala al Ecuador como un país pionero en turismo comunitario. De acuerdo con Ruiz et al. (2007) desde los años 80 este tipo de turismo se ha convertido en una actividad estratégica vinculada al ecoturismo; tomó fuerza a partir del 2000, año en que también surge la necesidad de legalizarla. Jurados (2012) menciona que el turismo comunitario se refiere a aquel turismo que está basado en la comunidad local y que pretende reducir el impacto negativo y reforzar los impactos positivos del turismo en la naturaleza. Se configura como una herramienta de lucha contra la pobreza, que permite conservar el patrimonio natural, histórico y la identidad étnica de un destino turístico. El turismo comunitario hace referencia a "aquel tipo de turismo en el que la comunidad local tiene un control sustancial de, y participa en, su desarrollo y manejo, y una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad". Por su parte, Ormaz (2013) plantea que el turismo comunitario busca me-

orar la situación socioeconómica y conservar los recursos naturales del territorio a través del contacto establecido entre la comunidad local y el turista. Diversos autores sugieren que el turismo comunitario es la integración y el oportuno equilibrio entre las oportunidades de un adecuado manejo de los recursos naturales y culturales y de la apreciación que se tenga del patrimonio cultural, sustentado en la equidad proporcionada del beneficio obtenido tanto para la comunidad como para el mismo turista. Para Maldonado (2006), el turismo comunitario manifiesta principios que se detallan de la siguiente manera:

- Social, ya que busca promover una efectiva cooperación entre los miembros de la comunidad y entre comunidades, en la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios que genera la actividad turística.
- Ambiental, esto es ambientalmente responsable ya que busca fomentar la conciencia respetuosa y formas de gestión responsable; lo que persigue es fomentar la conciencia respetuosa y formas de gestión sustentable de los recursos naturales y de la biodiversidad creando así vínculos para defender los derechos de las tierras y los territorios ancestrales.
- Económico, porque busca incorporar objetivos de gestión en el uso y valoración de los recursos que se movilizan, buscando así beneficios que permiten remunerar el trabajo y las inversiones que se realizan.
- Cultural, porque propicia experiencias y encuentros interculturales de calidad entre los turistas y las comunidades, respetando las expresiones de la identidad cultural.

En el turismo comunitario la puesta en valor del patrimonio natural, cultural, social, arquitectónico y gastronómico de la pequeña localidad es preponderante, entendiendo que son ellos los valores distintivos del mismo, aquellos que los hacen "únicos" y por los cuales la demanda busca conocerlos. El turismo comunitario significa turismo responsable, en el respecto del medio ambiente y de la sensibilidad de la comunidad que unido al visitante mantienen un comportamiento responsable.

La temática del estudio se manifiesta en torno a la creación de productos turísticos, dentro del contexto que abarca el turismo comunitario es una actividad que se refiere a que la comunidad local, debe ejercer un rol sustancial y participativo en todo el proceso y que por consiguiente una importante proporción de los beneficios quedará en la comunidad. Los productos pueden ser objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones, ideas, instituciones; los cuales poseen cualidades físicas relacionadas con la calidad intrínseca, la marca, el envase, el diseño, etc. Además de otras cualidades intangibles relacionadas con los servicios de mantenimiento, garantía, asesoramiento y cualidades psicológicas asociadas a la imagen/ posicionamiento, el factor humano, la calidad percibida o capacidad del producto para satisfacer las expectativas del cliente / comprador. El producto turístico se define como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para la atención, la adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo, o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas. Esto muestra la importancia que ha adquirido esta forma de turismo en los destinos, y su posterior estudio por parte de la comunidad científica. Además evidencia el proceso de potenciación de las comunidades locales que se están desarrollando en los últimos años en países subdesarrollados mediante el turismo comunitario. Es decir, la cultura, el patrimonio y los recursos naturales locales están siendo usados por las comunidades locales para mejorar el desarrollo socioeconómico del destino.

Se reconoce también que Ecuador ha experimentado dificultades para viabilizar con éxito proyectos de turismo comunitario. Esto se debe a factores relacionados con las complejas relaciones sociales al interior de la comunidad, a la débil organización comunitaria, al escaso o nulo conocimiento de la administración del negocio, al no tener acceso a información, carecen de recursos técnicos y financieros para configurar la estructura empresarial requerida para el mejoramiento de las operaciones de los proyectos turísticos.

Dentro del territorio del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador, se observan comunidades que poseen una amplia gama de atractivos y recursos turísticos naturales y culturales; los pobladores mantienen tradiciones propias de la zona, pero en su mayoría del territorio la economía se basa

en la agricultura, ganadería y pesca, no aprovechándose las potencialidades turísticas que lo caracterizan y que constituyen un pilar básico para su desarrollo económico.

El producto de turismo comunitario (PTC) propuesto busca promover el desarrollo en las comunidades de Cabello, Sarampión, Chapulí, Primera Piedra, Julián, y la Esperanza, dentro del cantón Bolívar. La elaboración y estructura del PTC se conforma de dos rutas turísticas que integran seis comunidades del cantón Bolívar. La ruta número uno está destinada al referente cultural, la misma que se estructura por la combinación de dos comunidades (Cabello y San Miguel de Sarampión). Esta ruta ofrece diversos servicios donde se destaca la gastronomía manabita, servicios de hospedaje y otras actividades como el senderismo, exposición de ferias gastronómicas, y festivales. La segunda ruta está destinada básicamente al aprovechamiento del turismo de naturaleza, la misma se encuentra estructurada por cuatro comunidades (La Esperanza, Cascada Chapulí, Cascada Julián y Primera Piedra), asociada al referente natural en donde se puede disfrutar de la variedad de paisajes naturales interesantes y platos típicos. El diseño del PTC propuesto está direccionado al desarrollo turístico de las comunidades del cantón Bolívar, abriendo el campo del turismo como eje principal para el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes. El diagnóstico turístico arrojó la necesidad de elaborar productos que revaloricen y proyecten los recursos turísticos existentes en la zona rural del cantón.

## MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se efectuó en el cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador. Para la elaboración del PTC se analizaron y utilizaron seis metodologías en base a lo reportado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (MINCETUR y PROMPERU, 2014), MINTUR (2003), Blanco (2008), Machado-Hernández (2007) y Machado (2013). Además del aporte brindado por la literatura se utilizó el Manual de Inventario Turístico del MINTUR (2004), las Fichas de Inventario Turístico del Ecuador (2008), el Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Bolívar (2011) y el Manual de diagnóstico turístico local de Ricaurte (2009). La metodología propuesta consta de tres fases que se detallan en la tabla 1.

**TABLA 1. Metodología para el diseño de un producto turístico comunitario en el cantón Bolívar.**

Fases	Etapas	Actividades	Técnicas e instrumentos
1. Diagnóstico turístico situacional del cantón Bolívar	1. Caracterización y delimitación del área objeto de estudio	1. Descripción de la situación actual y caracterización servicios básicos e infraestructura.	Descriptivo, investigación de campo, entrevista dirigida.
	2. Inventario de los recursos turísticos	2. Inventarios de los recursos turísticos. 3. Recopilación y registro de información.	Ficha de inventario, matriz de potencialidades.
	3. Análisis de la oferta competitiva	1. Identificación de la oferta turística. 2. Elaboración del perfil competitivo.	Observación científica, matriz de potencialidades, matriz de perfil competitivo.
2. Estudio de mercado	4. Análisis de la demanda	3. Análisis de la encuesta 4. Caracterización del perfil del cliente y Segmentación de mercado.	Encuestas, entrevistas libres.
	5. Análisis situacional	5. Elaboración matriz FODA. 6. Identificación de estrategias.	Tormenta de ideas, observación científica y matriz FODA.
3. Diseño, estructura y comercialización del producto turístico comunitario	6. Diseño del Producto.	1. Diseño de las rutas. 2. Descripción de las rutas 3. Elaboración de los paquetes turísticos	Entrevistas, tormenta de ideas.
	7. Definición del precio	4. Confección de fichas de costos.	Ficha de costos, tormenta de ideas.
	8. Posicionamiento.	6. Estrategias de posicionamiento 7. Estrategias de comercialización	Observación directa, tormenta de ideas.

Fuente: Elaboración propia.

**Fase 1. Diagnóstico turístico situacional del cantón Bolívar**

En esta primera fase se realizó una caracterización y delimitación del área objeto de estudio mediante una recopilación de información de los factores ambientales y socio culturales, se desarrollaron visitas de campo, encuestas y entrevistas, se utilizó el método deductivo, analítico sintético y de observación directa. Se utilizaron fichas de diagnóstico y de inventario turístico propuestos por el MINTUR (2004), en el estudio del diagnóstico se elaboró y actualizó el inventario de recursos turísticos del cantón Bolívar en donde se pudo observar la potencialidad turística existente.

**Fase 2. Estudio de mercado**

El estudio de mercado busca focalizar y determinar la

oferta y la demanda potencial dentro de lo que corresponde el turismo comunitario dentro del cantón Bolívar. Los resultados obtenidos mediante este análisis permitieron plantear varias estrategias de promoción y marketing. Se realizó un análisis de la demanda que tuvo como objeto conocer claramente al perfil del visitante y todo lo que respecta a las motivaciones que tengan en cuanto al turismo comunitario. Se procedió a la aplicación de 240 encuestas; la muestra tomó como referencia la población del cantón Bolívar que según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010) posee una población de 40.735 habitantes de los cuales 7.735 corresponden al área rural y 33.000 al área urbana. El estudio de la demanda se realizó a través del uso de una encuesta que incluyó las principales variables relacionadas con productos



turísticos en las condiciones del área de estudio. Se llevó a cabo la determinación del tamaño de muestra, tomando en cuenta lo planteado por Aguilar (2005), siguiendo un criterio estadístico y asumiendo una población finita, según la siguiente ecuación:

$$n = \frac{N \times z^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + z^2 \times p \times q}$$

Para la determinación de la muestra se fijó un nivel de confianza del 95% ( $z=1,96$ ), varianza máxima ( $p=q=0,5$ ) y se estimó un margen de error del 10% ( $e=0,1$ ). En la aplicación de las encuestas se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple. De manera progresiva se concluye el análisis con la realización de la matriz FODA que determinó las Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades de la gestión turística del territorio. A través del empleo de técnicas como la observación científica, tormenta de ideas y entrevistas se procedió al análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas relacionadas con el diseño del producto comunitario. Una vez identificados los factores externos e internos que influyen en el análisis, se evaluó el nivel de importancia de cada uno, y se identificaron las estrategias de aprovechamiento de las oportunidades existentes y minimización de debilidades.

### Fase 3. Diseño, estructura y comercialización del PTC propuesto

Esta fase detalla toda la estructura que conlleva la elaboración de un PTC y se mencionan todas las herramientas utilizadas para la toma de decisiones acertadas, ya sea tanto para la elaboración, estructura y comercialización tomando como base los estudios anteriores (diagnóstico, inventario turístico y estudio de mercado). Se estructura y se pone en práctica el circuito diseñado de acuerdo a las características de los consumidores identificados. Para esto se utilizaron técnicas y herramientas relacionadas con la comercialización de productos y servicios con la inserción del circuito propuesto en el mercado turístico y en armonía con el desarrollo de ofertas turísticas en el cantón Bolívar. En esta etapa se determinaron los canales de difusión de mayor relevancia. Aquí se tomó en cuenta varias alternativas y formas combinadas con métodos tradicionales y actuales para el conocimiento y comercialización del producto, así como un empleo variado y óptimo de diferentes medios como radio, televisión, prensa escrita, comunicación personal, relaciones públicas, redes sociales, Website y folletos promocionales.

## CONCLUSIONES

La investigación se efectuó en el cantón Bolívar, provincia de Manabí. Para la elaboración del PTC se tomó como punto de partida las comunidades de San Miguel de Sarampión (Finca Sarita), Cabello (Quinta Colina del Sol, Alfarcos de Barro), La Esperanza, Las Cascadas de Chapulí y Julián, y Primera Piedra. Estas mismas comunidades ayudaron a la recolección y obtención de datos. Según el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar en su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2011), menciona que geográficamente el cantón se encuentra ubicado en la parte nororiental de la provincia de Manabí. Su posición geográfica es de  $0^{\circ}$ , 50 minutos, 39 segundos de latitud sur y  $80^{\circ}$ , 9 minutos, 33 segundos de latitud oeste. Limita al norte con el cantón Chone; al sur con Portoviejo, Junín y Santa Ana; al este con el cantón Pichincha y al oeste con Tosagua. El cantón Bolívar cuenta con una extensión territorial de 538 km<sup>2</sup>. Bolívar presenta una topografía plana en la parte baja por los valles e irregular ondulada y quebrada en la parte alta y montañosa. La altitud es de 21 msnm en la parte baja y de 400 msnm en la parte alta. Políticamente se divide en una parroquia urbana Calceta, ciudad que a la vez es su cabecera cantonal y dos parroquias rurales, Quiroga y Membrillo.

### Fase 1. Diagnóstico turístico situacional del cantón Bolívar

#### Caracterización del recurso potencial

Las localidades de San Miguel de Sarampión, Julián, Chapulí, Cabello y la Esperanza están localizadas en un radio de 30 km aproximadamente de la cabecera cantonal. Se evidencia que existe variedad de ecosistemas y recursos naturales y culturales con potencialidad turística desde el punto de vista rural. Cabe mencionar que para poder acceder a las localidades mencionadas existe determinada accesibilidad por temporadas estacionarias, los medios de transportes usualmente utilizados son la Cooperativa de Transporte Calceta, San Cristóbal, Ciudad de Canuto, y flota de transporte Bolívar. En lo que respecta a la planta turística dentro de las comunidades es inexistente lo que refiere a la restauración es esporádica e inadecuada, lo mismo observado con el hospedaje. Por otra parte se destaca que no existe señalética turística para poder acceder y ubicarse al momento de visitar los atractivos del área rural del cantón Bolívar.

**Inventario de los recursos turísticos del cantón Bolívar**

Para el inventario de los recursos turísticos se utilizaron las fichas actualmente vigentes del MINTUR (2004). Se

registraron principalmente aquellos recursos de mayores potencialidades, los cuales se muestran en la tabla 2.

**TABLA 2. Recursos turísticos - Catastro del cantón Bolívar (2016).**

Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo
Finca Orgánica Sarita	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas científicas	Explotaciones y agropecuarias
Gastronomía	Manifestaciones culturales	Etnografía	Comidas y bebidas típicas
Paraje Natural y Cultural "Quinta Colina del Sol"	Manifestaciones culturales	Históricas	Museos
Artesanías en Barro	Manifestaciones culturales	Etnografía	Artesanías
Cascada de Chapulí	Sitio natural	Ríos	Cascada
Cascada de Julián	Sitio natural	Ríos	Cascada
Cascadas Primera Piedra	Sitio natural	Ríos	Cascadas o caídas de agua
Presa La Esperanza	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Obras técnicas

Fuente: Elaboración propia.

**Fase 2. Estudio de mercado**

**Estudio de la oferta**

El Catastro Turístico de Bolívar muestra datos en donde se da a conocer los servicios de la oferta turística del cantón distribuida de la siguiente manera: En el área de Hospedaje tenemos un total de 8 negocios, dentro de la segunda categoría se registran 5 establecimientos y 3 de tercera categoría. En cuanto a restauración se ubicaron 7 establecimientos de segunda categoría, 2 de tercera categoría y 14 de cuarta categoría. Referente a los centros de diver-

sión se dan a conocer 15 establecimientos localizando uno de segunda categoría.

**Análisis de la demanda**

En el estudio de la demanda se utilizó como técnica la encuesta, con la aplicación de un cuestionario a personas en diferentes sitios de los anteriormente incluidos en el estudio de la oferta. Con los resultados obtenidos se confeccionó un perfil del cliente con potencial representativo en la demanda, de acuerdo a las características de las dos rutas propuestas. Un resumen se presenta en la tabla 3.

**TABLA 3. Perfil del visitante.**

Género	Masculino 45%, femenino 55%
Edad	20 a 29 años de edad
Nivel de formación	Superior
Ocupación	Trabajadores
Ingresos mensuales estimados	\$500 a \$1.000
Ingresos por cada actividad turística	21 a 30 dólares
Acompañamiento	Familiares
Principal motivo por el que viajan	Turismo y ocio
Medios de información	Ferias turísticas, amigos y familiares, televisión
Actividades preferidas por los turistas	Alimentación y guías, recorridos a fincas orgánicas

Fuente: Elaboración propia.

### Análisis situacional

Este análisis tomó en cuenta los elementos internos y externos mediante un análisis FODA relacionado con puntos vinculantes en turismo y desarrollo local.

Se evaluaron las características y potencialidades de los recursos turísticos estudiados. Los resultados se muestran en la tabla 4.

**TABLA 4. Análisis FODA del cantón Bolívar.**

Fortalezas	Debilidades
Facilidad de acceso a los recursos. Conservación de las tradiciones artesanales en general. Recursos con potencialidad turística (naturales/culturales). Clima agradable Características intangibles de actitud y aptitud para el servicio (amabilidad de los habitantes al momento de recibir a personas de otros lugares, lo cual ayudará en la atención al cliente en los diferentes recursos existentes). Se conserva la identidad cultural del montubio-manabita por gestores culturales y habitantes del sector rural. Precios de los productos y servicios accesibles al turista. Existe variedad de flora y fauna, y una vasta producción agrícola y pecuaria dentro de todo el cantón. Interés por parte de la población en incursionar en el turismo.	Desconocimiento de los habitantes de ciertas comunidades con respecto a la potencialidad turística que poseen. Desestimación por parte de las autoridades competentes en cuanto al potencial turístico existente. Falta de planificación turística para el desarrollo del sector rural. Deficiencias en los servicios básicos públicos. Personal sin asesoramiento y conocimiento técnico en el ámbito turístico. Poca promoción turística por parte del MINTUR. Inexistente señalización vial y turística en zonas rurales. Inexistencia de productos turísticos desarrollados. Inexistencia de infraestructura turística y deficiente vías de acceso a varios sitios de interés.
Oportunidades	Amenazas
Las nuevas tendencias turísticas direccionadas al turismo comunitario fortalecidas en el PLANDETUR 2020. Inclusión y fortalecimiento del Turismo Comunitario. Elaboración de nuevos proyectos enfocados al desarrollo del turismo. Cercanía a la cabecera cantonal Calceta y a otros recursos turísticos. Asociación con la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí mediante su vinculación con proyectos turísticos. El aporte que actualmente está brindando el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón en cuanto al turismo. Importancia de las campañas publicitarias que está proyectando el MINTUR para potencializar el turismo a nivel mundial, nacional y provincial del Ecuador. Variedad de flota de transportes para acceder a los recursos.	Vulnerabilidad a riesgos naturales y antrópicos. Incumplimiento de planes de organismos nacionales, provinciales, cantonales y parroquiales. Competencia potencial. Inseguridad política y social. Inadecuado manejo de los recursos por parte de los gestores locales. Inseguridad económica.

Fuente: Elaboración propia.

Tomando en cuenta los elementos analizados se identificaron varias problemáticas fundamentales asociadas a las debilidades detectadas y relacionadas con la gestión turística en el cantón Bolívar. Sobre las cuales se tiene capacidad de actuación y considerando la po-

sibilidad de alcanzar un desarrollo sostenible del cantón Bolívar se detallan las siguientes estrategias, sobre los tres ejes de sostenibilidad, basadas en las debilidades del territorio. Las estrategias identificadas se relacionan en la tabla 5.

**TABLA 5. Estrategias de la matriz FODA.**

<b>Estrategia FO</b>	Diseñar planes de revalorización y promoción de los recursos turísticos mediante alianzas con instituciones del cantón Bolívar. Elaborar productos turísticos que diversifiquen y fomente la actividad turística sostenida.
<b>Estrategia FA</b>	Capacitaciones al personal inmerso dentro de las actividades turísticas. Elaborar gestiones de desarrollo turístico, en donde se planifique nuevas plazas de empleo con una previa capacitación para que la inestabilidad económica que existe en el cantón se logre disipar en un alto porcentaje.
<b>Estrategia DO</b>	Realizar un plan piloto en conjunto con el municipio y la universidad con el fin de asesorar en el ámbito turístico al personal competente enmarcado dentro de la aérea turística. Determinar campañas de promoción turística del cantón Bolívar en conjunto con el GAD municipal y la universidad con el fin de fortalecer el turismo comunitario y aportar nuevas ideas y estrategias para campañas publicitarias.
<b>Estrategia DA</b>	Establecer convenios con entidades dedicadas al desarrollo de la investigación en diferentes áreas. Mantener relaciones continuas con instituciones especializadas en planificación y promoción turística. Crear indicadores que mejoren la organización y la competitividad del GAD municipal. Determinar nuevos métodos que mejoren el direccionamiento de la institución.

Fuente: Elaboración propia.

**Fase 3. Diseño, estructura y comercialización del PTC propuesto**

El PTC enfatiza la proyección y la elaboración de dos rutas turísticas enmarcando e identificando el aspecto natural y cultural de los recursos de las localidades de San Miguel de Sarampión, Cabello, Primera Piedra, Chapulí, Julián, La Esperanza. Básicamente las rutas fomentan las actividades recreativas turísticas, específicamente para el mercado y la demanda focalizada, actividades como el senderismo, camping, pesca artesanal, rescate de las tradiciones ancestrales del cantón, practica de juegos populares, y la variedad de la gastronomía manabita proyectada desde varios escenarios.

La estructura del producto turístico se describe de la siguiente manera. La primera ruta está destinada al referente cultural y al rescate tradicional de la variedad de actividades que se realizan en estas comunidades (elaboración de artesanías en barro), como recurso intangible del cantón, la misma que se estructura por la combinación de la Comunidad de Cabello y Comunidad San Miguel de Sarampión. Esta ruta ofrece servicios de alimentación, en donde destaca la gastronomía manabita, también brinda

el servicio de hospedaje en la finca Sarita y la Quinta Colina del Sol. Además se brindan otras actividades, como senderismo, exposiciones de ferias gastronómicas, festivales, cosecha de productos propios de la zona, elaboración de artesanías en Zapán, tradición oral, (chigualos, amorfinos, juegos de ronda), rescate de tradiciones propias de cantón y de la zona de Manabí.

La segunda ruta enmarca el componente natural, y está constituida por las comunidades de Chapulí, Julián, La Esperanza y Primera Piedra, de las cuales se aprovechan sus potencialidades naturales en la cual se pueden realizar actividades como la pesca artesanal, el camping, canoing, escalada en las cascadas, y además se menciona un detalle para las dos rutas la proyección de la gastronomía tradicional manabita.

**Estructuración del PTC**

El PTC propuesto es el resultado de un estudio de mercado y está dirigido a clientes entre 18 y 30 años de edad, que busquen naturaleza y aventura, de un nivel socio eco-

nómico medio/alto, dispuestos a caminar largas distancias donde se disfrute de la apreciación al medio ambiente, diversión, aventura y cultura. El tríptico que resume el

itinerario turístico de la primera ruta diseñada y el costo del recorrido que vincula las comunidades de Cabello y Sarampión se muestra en la figura 1.

FIGURA 1. Tríptico de la primera ruta del Producto Turístico “Bolívar Tesoro Escondido”.

## “Bolívar TESORO ESCONDIDO”

**Tour Cabello - Sarampión**  
(2 días / 1 noche)  
**Salida:** Diario

**DIRIGIDO A TURISTAS**

- Hombres y mujeres.
- 18 -30 años de edad
- Que busquen naturaleza y aventura.
- Nivel socio económico medio/alto.
- Dispuestos a caminar largas distancias.

**Apreciación al medio ambiente,  
diversión, aventura y cultura.**



**ITINERARIO TURÍSTICO**  
**DÍA 1**

09:00 Inicio del recorrido  
09:05 Llegada a la comunidad de Cabello  
09:10 Taller de aprendizaje y producción de las ollas de barro artesanales.  
11:40 Salida a Quinta Colina del Sol.  
11:50 Free time en Quinta Colina del Sol.  
12:30 Almuerzo en la Quinta Colina del Sol.  
14:00 Recorrido guiado por las áreas de la Quinta Colina del Sol.  
15:30 Paseo en balsa  
16:30 Salida a la finca Sarita – sitio Sarampión.  
17:00 Bienvenida en la finca Sarita y recorrido de reconocimiento.  
18:30 Cena en la finca Sarita.

**DÍA 2**

07:00 Desayuno orgánico  
08:00 Recorrido por la finca Sarita  
09:00 Manejo general de la huerta.  
09:40 Cosecha de los productos para la alimentación diaria.  
11:00 Preparación de medicinas naturales.  
12:30 Almuerzo orgánico en la finca Sarita.  
13:30 Procesamientos de cereales y granos (pilar arroz, café, moler maíz, entre otros).  
14:45 Taller de capacitación en agricultura orgánica (fertilizantes e insecticidas naturales).  
15:30 Alimentación y cuidado de los animales domésticos.  
16:00 Elaboración de jabones naturales.  
17:00 Fin del tour.





**COSTO DEL TOUR**

DÍA 1	ALIMENTACIÓN	C/U	VIU	VIT
15 PAX	Almuerzos	1	\$4.00	\$60.00
15 PAX	Cena	1	\$4.00	\$60.00
<b>GUIAS, TRANSPORTE y HOSPEDAJE</b>				
15 PAX	Guias	1	\$20.00	\$20.00
15 PAX	Guias	1	\$20.00	\$20.00
15 PAX	Transporte	1	\$60.00	\$60.00
15 PAX	Hospedaje	1	\$10.00	\$150.00
<b>TOTAL DÍA 1</b>				\$370.00

DÍA 2	ALIMENTACIÓN	C/U	VIU	VIT
15 PAX	Desayuno	1	\$3.50	\$52.50
15 PAX	Almuerzo	1	\$4.00	\$60.00
<b>TOTAL DÍA 2</b>				\$112.50

TOTAL	
DÍA 1	\$370.00
DÍA 2	\$112.50
<b>TOTAL</b>	<b>\$482.50</b>
<b>PRECIO DE VENTA GRUPAL</b>	<b>\$485.00</b>

PRECIO DE VENTA INDIVIDUAL	
DÍA 1	\$24.67
DÍA 2	\$7.50
<b>TOTAL</b>	<b>\$32.17</b>
<b>PRECIO DE VENTA INDIVIDUAL</b>	<b>\$32.50</b>

**RUTA TOUR  
CABELLO - SARAPIÓN**



**RECORRIDO**




## “Bolívar TESORO ESCONDIDO”

“Bolívar Tesoro Escondido” es el nombre que identifica el diseño del PTC para el cantón Bolívar. Se expresa que Bolívar es un tesoro escondido, que refleja la realidad perenne de la situación turística dentro del cantón, y si realmente es un tesoro escondido en medio del desconocimiento y

la falta de aprovechamiento de todas las potencialidades que posee. El tríptico que resume el itinerario turístico de la segunda ruta diseñada y el costo del recorrido que vincula las comunidades de Chapulí, Julián, La Esperanza y Primera Piedra se muestra en la figura 2.

**FIGURA 2. Tríptico de la segunda ruta del Producto Turístico “Bolívar Tesoro Escondido”.**

**“Bolívar  
TESORO  
ESCONDIDO”**

**Tour Quiroga - Membrillo**  
(1 día)  
Salida: Diario

**DIRIGIDO A TURISTAS**

- Hombres y mujeres.
- 18 -30 años de edad
- Que busquen naturaleza y aventura.
- Nivel socio económico medio/alto.
- Dispuestos a caminar largas distancias.

**Apreciación al medio ambiente,  
diversión, aventura y cultura.**




Presa “La Esperanza”

**ITINERARIO TURÍSTICO**

06:00 Inicio del recorrido

06:05 Desayuno en el restaurant Montecristo.

07:00 Salida a la comunidad de la cascada primera piedra.

08:00 Caminata y observación de la flora predominante en la cascada

08:40 Toma de fotografía de la cascada y sus alrededores.

09:55 Visita a la cascada Julián

11:20 Recorrido por la comunidad y la cascada Julián.

12:30 Almuerzo en la cascada Julián

13:50 Free time

14:40 Visita a la cascada Chapulí

15:10 Toma de fotografía del área

15:40 Visita a la Presa La Esperanza “SIXTO DURAN BALLÉN”

16:20 Toma de fotografía y recorrido de la misma.

17:00 Fin del tour.





Cascada  
Primera  
Piedra



Cascada  
Chapulí



Cascada  
Julián

**COSTO DEL TOUR**

DÍA 1	ALIMENTACIÓN	C/U	V/U	V/IT
15 pax	Desayuno	1	\$3.00	\$45.00
15 pax	Almuerzo	1	\$4.00	\$60.00
<b>GUIAS y TRANSPORTE</b>				
15 pax	Guías	1	\$20.00	\$20.00
15 pax	Guías	1	\$20.00	\$20.00
15 pax	Transporte	1	\$60.00	\$60.00
<b>TOTAL DÍA 1</b>				<b>\$205.00</b>

**PRECIO DE VENTA GRUPAL**

DÍA 1	\$205.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$205.00</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$210.00</b>

**PRECIO DE VENTA INDIVIDUAL**

DÍA 1	\$13.67
<b>TOTAL</b>	<b>\$13.67</b>
<b>PRECIO DE VENTA INDIVIDUAL</b>	<b>\$14.00</b>

**RUTA TOUR  
CALCETA - QUIROGA - MEMBRILLO**



CANTÓN  
BOLÍVAR

RECORRIDO




**“Bolívar  
TESORO  
ESCONDIDO”**

### Estrategias de comercialización y promoción

Una vez diseñado el PTC compuesto por dos rutas se proponen estrategias de difusión y publicidad para su comercialización, que tomaron en cuenta la presentación del producto al mercado, mediante estrategias a desarrollar en el marketing mix, que se presentan a continuación.

- Combinación de los atractivos y facilidades identificados en las dos rutas identificadas.
- Proponer tarifas flexibles de precios acorde al periodo, los valores referenciales del mercado y la competencia.
- Alianzas estratégicas con agencias de viajes y operadores turísticos en la región.
- Comunicar beneficios de la oferta.
- Difusión del producto en medios de difusión masiva y en ferias comerciales afines.

### CONCLUSIONES

Las localidades que se mencionan cuentan con un considerable potencial turístico y por ende con una variedad de recursos naturales y culturales, que de manera conjunta con las comunidades, trabajan en el fomento del desarrollo de la actividad turística comunitaria del cantón Bolívar. Existe escaso interés por las autoridades pertinentes y los gobiernos descentralizados por el aprovechamiento de los recursos turísticos que se encuentran en las áreas rurales. Los habitantes de las comunidades manifiestan interés por realizar actividades turísticas que fomenten el desarrollo de sus localidades y propicien un mejoramiento de sus condiciones de vida. La estructuración e implementación del producto turístico comunitario permite el aprovechamiento de las potencialidades turísticas del cantón Bolívar y por ende tributa al desarrollo turístico de sus comunidades.

### REFERENCIAS

**Aguilar, S. (2005).** Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Revista Salud en Tabasco*, 11, 333-338.

**Blanco, M. (2008).** Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio, Disponible en: [http://territorioscentroamericanos.org/sites/default/files/Guía para elaborar el plan de desarrollo turístico de un territorio.pdf](http://territorioscentroamericanos.org/sites/default/files/Guía%20para%20elaborar%20el%20plan%20de%20desarrollo%20turístico%20de%20un%20territorio.pdf). Consultado el 10 de julio de 2016.

**FEPTEC. (2013).** Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. Código de Operaciones de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.

**Gobierno Autónomo y Descentralizado GAD del cantón Bolívar (2011).** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Bolívar. Ecuador.

**INEC (2010).** Resultados del censo 2010. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Disponible en <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>. Consultado el 15 de julio de 2016.

**Jurados, C. (2012).** La importancia de las áreas protegidas naturales para las comunidades locales desde la perspectiva del turismo comunitario sostenible. *AIDIS*. Córdoba, España.

**Machado, E. (2013).** Integración y diseño del producto turístico aplicado a la región central del destino Cuba. *GeoGraphos*, 4(35), 69-92.

**Machado, E., Hernández, Y. (2007).** Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. *Teoría y Praxis*, 4, 161-174.

**Maldonado, C. (2006).** Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta. Ginebra, Suiza: Oficina Internacional del Trabajo. Disponible en [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed\\_emp/@emp\\_ent/@ifp\\_seed/documents/publication/wcms\\_117521.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/@emp_ent/@ifp_seed/documents/publication/wcms_117521.pdf). Consultado el 15 de junio de 2016.

**MINCETUR & PROMPERU. (2014).** Manual para la planificación de productos turísticos. Disponible en: <http://www.swisscontact.org.pe/sites/default/files/Manual%20para%20la%20planificaci%C3%B3n%20de%20productos%20tur%C3%ADsticos.pdf>. Consultado el 8 de julio de 2016.

**Ministerio de Turismo. (2004).** Metodología para inventarios de atractivos turísticos. Gerencia de Nacional de Recursos Turísticos. Quito. Ecuador. Disponible en: [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/proyecto\\_plandetur\\_2011\\_2014VERSION2.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/proyecto_plandetur_2011_2014VERSION2.pdf). Consultado el 14 de junio de 2016.

**MINTUR. (2003).** Diseño de productos turísticos del Ecuador. Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/?s=DI>

SE% C3% 910+DE+PRODUCTOS+TURISTICOS+DEL+E-CUADOR. Consultado el 9 de junio de 2016.

**Orgaz, F. (2013).** El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 38, p. 91.

**Ricaurte, C. (2009).** Manual de diagnóstico turístico local. Argentina. Disponible en: <http://unrn.edu.ar/blogs/>

<pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>. Consultado el 8 de julio de 2016.

**Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., Del Campo, A. (2008).** Turismo comunitario en Ecuador: Comprendiendo el community-based desde la comunidad. Pasos. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(3), 399-418.



RESEARCH / INVESTIGACIÓN

# Responsabilidad social empresarial turística en la micro, pequeña y mediana empresa de Colombia. El caso del Hotel La Mansión

## Corporate Social Responsibility in Tourism in Micro, Small and Medium-sized Companies in Colombia. The case of the Hotel La Mansión

Carlos Arturo Tellez Bedoya<sup>1</sup>

**Resumen:** El crecimiento empresarial a nivel nacional e internacional luego de la revolución industrial y el gradual proceso de globalización e internacionalización ha sido dinámico y exponencial hasta hoy en día. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) hotelera se origina en prácticas que inicialmente tenían un sentido ético y que recientemente se ha tornado instrumental por la presión que ha significado el ingreso de un importante número de cadenas internacionales. El modelo de gestión que impera en los hoteles de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYMES) colombianos ha interiorizado los conceptos que se derivan de la calidad, ello principalmente por la existencia de normas técnicas sectoriales especializadas para el sector y la buena aceptación que representó la calidad total. Este trabajo artículo presenta las visiones de los actores sociales en relación con la RSE hotelera en Colombia, tomando como referencia la regulación preponderante y la perspectiva radical humanista, a partir de la experiencia del Hotel La Mansión. Se aplicó una metodología cualitativa buscando resaltar la diversidad de conceptualizaciones y prácticas que emanan de las perspectivas de los actores sociales internos. Los resultados sugieren que el Hotel La Mansión ha logrado consolidarse con amplio reconocimiento en el mercado por los postulados que combinan la aplicación de una gestión de corte humanista y que en materia de RSE se ha traducido en acciones enmarcadas en el sentido ético.

**Palabras clave:** Responsabilidad Social Empresarial, modelo

de gestión, MIPYMES, sentido ético.

**Abstract:** Business growth at the national and international level after the industrial revolution and the gradual process of globalization and internationalization have been dynamic and exponential until today. Corporate social responsibility (CSR) in the hotel industry has its origins in practices that initially had a sense of ethics, which has recently become instrumental due to the pressure that the entry of a significant number of international chains has meant. The management model that dominates in the hotels of Colombian micro, small and medium-sized companies (MSMEs) has internalized the quality-based concepts, mainly due to the existence of industry-specialized technical standards and the good acceptance that total quality represented. This article presents the views of the social actors regarding CSR in the hotel industry in Colombia, taking the leading regulations and the humanist radical perspective as a reference and using the experience of the Hotel la Mansión. A qualitative methodology was applied, seeking to emphasize the diversity of conceptualizations and practices that emanate from the perspectives of the internal social actors. The results suggest that the Hotel La Mansión has developed a solid position with broad recognition in the market with tenets that combine the application of a humanist-based management and which in the matter of CSR has translated into actions framed by a sense of ethics.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, management model, MSMEs, ethical sense.

(Presentado: 31 de diciembre de 2016. Aceptado: 17 de febrero de 2017)

<sup>1</sup> Master of Business Administration Universidad Nacional de Colombia, Colombia. E-mail: carlosarturo156@hotmail.com

## INTRODUCCIÓN

El crecimiento empresarial a nivel nacional e internacional luego de la revolución industrial y el gradual proceso de globalización e internacionalización ha sido dinámico y exponencial hasta hoy en día. Le Monde Diplomatique (1998) ilustra este crecimiento y muestra la acumulación de capital que se está generando de forma simultánea, de tal manera que en la actualidad tres o cuatro multimillonarios poseen el equivalente del PNB de cerca de dos mil millones de seres humanos, el 20% de los habitantes de la tierra se reservan el 85% de las riquezas del planeta, 200 multinacionales controlan casi la totalidad de la economía global y la fortuna de multimillonarios, como el propietario de Walmart, equivale al PIB de países enteros como Bangladesh (Aktouf, 2001).

En la economía mundial el sector turístico también ha crecido de forma determinante y en la actualidad ocupa un lugar cada vez mayor. Según la World Travel & Tourism Council (WTTC, 2015) tan solo para el año 2014 el turismo obtuvo la participación del 5,9% del PIB colombiano y la subsecuente creación del 6,1% de empleos durante el mismo período. Cabe resaltar que los hoteles se consideran como organizaciones genuinamente turísticas al entregar servicios para el uso de los huéspedes, ser el sitio en el cual estos pasan el mayor tiempo de su visita, estar situados geográficamente en el lugar de destino y a nivel internacional distinguirse por su aplicación de iniciativas voluntarias encaminadas al turismo sostenible (Ayuso, 2003). Asimismo, estas iniciativas desarrolladas por los hoteles se enmarcan en la concepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La RSE es una disciplina perteneciente al campo de estudio de la administración que ha venido ganando importancia y que hoy en día es reconocida por distintos actores sociales como el gobierno, las organizaciones, los individuos, las organizaciones no gubernamentales (ONG's) y la comunidad en general. Sin embargo, la RSE posee diversos enfoques teóricos. Particularmente la óptica radical humanista aborda la RSE como un factor que permite a la organización recobrar su rol en la sociedad y actuar como "ciudadano", es decir, respetando las reglas instituidas por la sociedad; preocuparse, hasta el más alto grado por las consecuencias nocivas de sus actos o de los

productos que fabrica; cuidar profundamente la cohesión y la solidaridad social; preocuparse por los derechos de todos y no únicamente por los de uno: el accionista. En otras palabras, la RSE es rechazar la ganancia si pierde la sociedad (Chanlat, 1998). A pesar de la heterogeneidad en las miradas de la RSE, la óptica que ha predominado en las organizaciones colombianas es la instrumental, es decir, el objetivo de ellas se centra en la búsqueda de la rentabilidad y no en los intereses de los diversos actores sociales. Además, dichas organizaciones se circunscriben bajo prácticas que se desarrollan a través del modelo de gestión tradicional y el modelo tecnocrático, claro está dejando en mora la aplicación de postulados humanistas. El modelo tecnocrático hace referencia a una categoría empleada por Weiss (1994), la cual enuncia la aplicación de postulados administrativos derivados de la teoría científica, clásica y burocrática, los cuales se enfatizan en la búsqueda de la productividad de las organizaciones mediante la división del trabajo y la especialización, orientación que visibiliza al ser humano como un apéndice de la máquina y a la organización con un enfoque de sistema cerrado. La gestión tradicional y tecnocrática se asume en los diferentes sectores a partir de los elementos que caracterizan el desarrollo de cada uno, en particular en el sector turístico 92% de los hoteles son micro y pequeñas empresas, aspecto que ha influido en el desarrollo de prácticas con carácter predominantemente tradicional y donde las visiones en materia de RSE son divergentes y en su mayoría de casos poco estudiadas.

A partir de lo anterior, la administración turística, como campo de conocimiento, ha hecho énfasis en el pragmatismo. Como plantea Gómez (2005) el actual modelo de turismo ha demostrado su deshumanización al subordinar aspectos de la vida social y cultural a los intereses privados. Por lo anterior, la fundamentación de esta disciplina no ha entablado un análisis crítico de su objeto de estudio y una posterior teorización que permita reflexiones críticas interiorizando los cambios dinámicos del entorno. Es por ello que el estudio de la RSE en el sector hotelero recobra gran importancia y se desarrolla en el marco nacional e internacional a través de prácticas heterogéneas. En particular, cabe llamar la atención sobre iniciativas regulativas tales como el Código Ético Mundial para el Tu-

rismo (CEMT), Global Reporting Initiative (GRI), ISO 26000, Corporación Fenalco Solidario Colombia (entidad del comercio organizado que trabaja para que los empresarios y la sociedad se comprometan a realizar acciones socialmente responsables que contribuyan a la sostenibilidad y la armonía en el planeta), la Norma Técnica Sectorial de Sostenibilidad para los establecimientos de alojamiento y hospedaje (NTS-TS 002) y recientemente la certificación The Code of Conduct for the Protection of Children from Sexual Exploitation in Travel and Tourism (The Code).

Igualmente, a pesar de la unidireccionalidad de cada reglamentación de RSE, en los hoteles colombianos no existe una tendencia clara del tipo de certificaciones que se están poniendo en práctica. Lo anterior, contrasta con lo que ocurre alrededor del mundo donde en materia de responsabilidad social GRI se ha consolidado como el punto de vista predominante en la mayoría de sectores económicos, convirtiéndose en el referente que poco a poco gana mayor relevancia frente a otro tipo de alternativas. Tal es así que GRI posee suplementos sectoriales orientados a la operación aeroportuaria, construcción, organización de eventos, procesamiento de alimentos, medios de comunicación, ONG's, servicios financieros y minería, los cuales conducen a la homogenización de las prácticas en RSE alrededor del globo terráqueo. Por otro lado, la RSE en el sector hotelero ha sido un fenómeno poco estudiado, de tal manera que las investigaciones muestran un bajo interés en apropiarse de conocimiento específico en el área. Además la metodología que ha caracterizado estos estudios hace énfasis en investigaciones de corte cuantitativo que dejan de lado la interpretación real de los intereses de cada actor social y la comprensión del objeto de estudio a través de la inducción.

A partir de la necesidad subsecuente en estudiar el fenómeno de la RSE en el sector hotelero en Colombia y comprender de forma sistémica las interpretaciones que cada actor social posee sobre el tema, se originó un estudio cuidadoso en una organización representativa del sector, que permitiera dar a conocer la singularidad del mismo. Así mismo, teniendo como punto de partida la perspectiva radical humanista se buscó dar respuesta a la crisis epistémica de la administración y del turismo, confrontando la realidad social y posibilitando la formulación de alterna-

tivas que enriquecen el referente de RSE en la hotelería. Teniendo en cuenta lo anterior, la pregunta central alrededor de la cual se origina este documento es ¿Cuáles son las visiones de los actores sociales en relación con la RSE hotelera en Colombia, tomando como referencia la regulación preponderante y la perspectiva radical humanista, a partir de la experiencia del Hotel La Mansión?

A continuación, se presenta de forma organizada y sintética el contexto teórico del trabajo, el cual enmarca el estado del arte de la investigación en el país; seguido de la metodología empleada, la cual describe detalladamente el método y técnicas de recolección y análisis de información; para concluir con la exposición de los resultados obtenidos en la investigación a partir de la interpretación de los postulados propuestos por los actores sociales y finalmente las conclusiones que pretenden aportar a la discusión actual acerca de la RSE en el sector turístico.

## CONTEXTO TEÓRICO

Uno de los primeros intentos en definir el turismo se encuentra en el planteamiento efectuado por Sihattenhofer (1911, citado por Téllez, 2015), quien lo postula como "la comprensión de todos los procesos, especialmente los económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista hacia, en y fuera de un determinado estado". Cabe resaltar que en el turismo ha prevalecido esta visión positivista caracterizada por el énfasis en lo funcional y pragmático, ya que se entiende como una actividad dedicada a la generación de ganancias que se sustenta en el estudio y análisis de las diversas formas en que se manifiesta (Castillo, 2008, citado por Téllez, 2015). Igualmente, tradicionalmente la administración turística y particularmente la mayoría de investigaciones que abordan esta temática "no se preocupan por descubrir la verdad y las limitaciones de los paradigmas utilizados, más que desafiar o refutar los paradigmas teóricos en vigor se aferran a buscar la eficiencia o la utilidad, la mayoría de las veces sin ningún éxito. Este dogmatismo ha provocado que a dichos conceptos todavía se les siga confundiendo con una actividad eminentemente práctica y económica, y no desde una perspectiva integral como un fenómeno social, complejo y multideterminado" (Gómez, 2005, p.123).

A partir de lo anterior, la crisis que se presenta en la administración también va a ser una crisis epistémica del turismo, la cual se refleja en la hotelería como objeto de estudio. Sobre el particular, la noción conceptual que a nivel nacional el sector gubernamental ha acogido de acuerdo a la Ley 300 (1996) consiste en “el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorios de alojamiento, mediante contrato de hospedaje” (p.31). Dicha concepción riñe con una visión holística del término al simplificar al máximo el concepto y deja de lado la comprensión como fenómeno social, que involucra de forma decisiva la heterogeneidad de actores sociales y su entorno.

En el sentido anterior hablar teóricamente de administración turística se torna complejo y ambiguo en la actualidad, más aún cuando el concepto se torna pragmático destacando en su aplicación referentes del modelo tecnocrático (Téllez, 2015). Aunado a lo anterior, a pesar de la limitada conceptualización de investigaciones académicas que profundicen en el tema, se supone la RSE hotelera se origina en prácticas que inicialmente tenían un sentido ético y que recientemente se ha tornado instrumental por la presión que ha significado el ingreso de un importante número de cadenas internacionales, en coherencia con la aplicación del enfoque administrativo hegemónico – tecnocrático.

Por otro lado, las acciones de RSE hoy en día se desarrollan a partir de la orientación propuesta por ciertas iniciativas regulativas, las cuales enmarcadas en el plano nacional e internacional han llegado a aplicarse en organizaciones con características disimiles. Tal como afirman Berbel, Reyes & Gómez (2007) “han surgido múltiples iniciativas locales e internacionales que pretenden aportar guía u orientación para el diseño de las políticas, los planes, las acciones, los indicadores y la información sobre el actuar responsablemente de las empresas” (p.17). Gran parte de dicha normatividad “se expande de forma geométrica en su implementación como aparente reflejo de la excelencia de talla mundial” (Gómez, 2010, p.26).

Lo anterior ha producido que sectorialmente exista una clara orientación de algunas actividades económicas que tienen la pretensión de generar información homogénea

y de carácter transnacional (Téllez, 2015). A pesar de ello en la hotelería no se percibe esta misma tendencia, tan solo al consultar la base de datos de GRI se concluye que en los últimos dos años en el ámbito internacional 21 hoteles alrededor del globo terráqueo reportan informes de sostenibilidad y en América Latina sólo existe un informe emitido por AccorHotels. Ello pone de manifiesto que en términos de adopción de la regulación en RSE la hotelería no sigue la tendencia global y llama la atención más aún porque en el país algunas de las cadenas internacionales que han avanzado en este sentido no revelan dicha información a nivel local. Adicionalmente, a pesar que la RSE se considera una disciplina reciente en la cual los hoteles tímidamente participan, actualmente en el ámbito nacional la preocupación del sector se ha manifestado con mayor vehemencia y esto se ha enmarcado en la creciente asunción de certificaciones que manifiestan cierto grado de cumplimiento de la regulación prescrita.

En el escenario local la regulación preponderante se manifiesta en la NTS-TS 002. Esta iniciativa fue propuesta durante el año 2006 por la Unidad Sectorial de Normalización para el Turismo Sostenible y su elaboración fue llevada a cabo por parte del Comité Técnico de Sostenibilidad, integrado por representantes del sector privado, el gobierno, la academia, clientes y asesores (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación - ICONTEC, Ministerio de Comercio Industria y Turismo & Universidad Externado de Colombia, 2015). El objetivo de esta iniciativa es promover la normalización en términos de requisitos ambientales, socioculturales y económicos que debe llevar a cabo cualquier hotel con la finalidad de obtener la certificación de calidad turística, esta última en el ámbito jurídico actual es voluntaria, sin embargo, han existido indicios por parte del gobierno nacional para que su adopción sea obligatoria. Además, la Norma se posiciona como el referente nacional de RSE hotelera llamando la atención para que los hoteles diseñen, implementen, mantengan, evalúen y mejoren un sistema de gestión para la sostenibilidad.

La NTS-TS 002 coincide con los planteamientos del CEMT, especialmente en la mayor relevancia que se le otorga a la gestión del enfoque ambiental, ello reduciendo de forma consecuente la posibilidad de acciones socialmente responsables al invisibilizar los impactos culturales, sociales y económicos del hotel, a la vez que torna unidimensional la visión del sector (Téllez, 2015).

Por otro lado, en Colombia el sector hotelero está llevando a cabo otro tipo de certificaciones en responsabilidad social. En primer lugar, se resalta la certificación que proporciona Fenalco Solidario. Esta se ha convertido en una iniciativa por la cual optan hoteles de distintos tamaños, claro está sin que exista la obligatoriedad de emitir informes de RSE y más que todo ajustándose a cartas de principios y diagnósticos, elementos que por sí solos no aseguran una preocupación por la sociedad y por lo tanto una articulación con los diversos miembros del tejido social. Igualmente, otra certificación que se viene desarrollando impulsada esencialmente por la normatividad nacional e internacional con la finalidad de prevenir el turismo sexual infantil es The Code. Esta certificación se ha convertido en una distinción a la que acceden los hoteles con la finalidad de mostrar un comportamiento ético por medio del establecimiento de una política en relación con el tema, capacitación de los colaboradores, inclusión de cláusulas en los contratos con los proveedores, ofrecimiento de información a los huéspedes y presentación de un informe anual describiendo la implementación de estas acciones (Fundación Renacer, 2015). Por otro lado, se evidenció un número reducido de publicaciones en cuanto a la temática objeto de estudio, mostrando así poco interés de la academia en investigar a profundidad esta clase de elementos. Tal como argumenta Lynn (2011) en los últimos 20 años se han escrito sólo 524 artículos en RSE turística, esto significa una producción promedio de tan sólo 26 artículos por año en el mundo. Igualmente, como plantean Peña & Sierra (2012) existe poca investigación en el tema de la RSE hotelera en comparación con otras temáticas del turismo, demostrando la existencia de estructuras de poder que retardan la decisión del sector en avanzar en este sentido (Tepelus, 2008, citado en Téllez, 2015). Adicionalmente, la academia está en mora de profundizar a través de estudios cualificados el desarrollo de este fenómeno en el país, sin duda alguna ello se convierte en una de las fortalezas de la investigación efectuada.

## METODOLOGÍA

La investigación primordialmente se desarrolló mediante la metodología cualitativa, ello ya que se buscó la aproximación de forma inductiva al conocimiento de los distintos actores sociales y lo que afirmaban a partir de sus discursos y prácticas. Adicionalmente, esta visión de índole comprensiva-interpretativa se profundizó mediante el análisis socio

crítico con el propósito de allegar un conocimiento que clarificara los conceptos y prácticas de la realidad en el sector. Además, el trabajo premió el análisis de las interpretaciones que se generarán a los discursos de cada uno de los actores sociales, es decir, la comprensión de los elementos contextuales, ideológicos y culturales que defiende cada actor en la realidad social y la forma en que se relaciona con los discursos dominantes (Manzano, 2005).

Para el desarrollo de la investigación se optó por el método de estudio de caso. La U.S. Government Accountability Office (GAO, 1990) lo define como un método para aprender respecto a una instancia compleja, basado en su entendimiento comprensivo como un todo y su contexto, mediante datos e información obtenidos por descripciones y análisis extensivos (Mertens, 2005). De tal forma, que se empleó este método por las ventajas que ofrece al aproximarse al objeto de estudio llegando a conclusiones holísticas sobre el tema. Cabe mencionar, el objeto de estudio seleccionado fue el Hotel La Mansión, el cual posee una larga trayectoria y su tamaño como PYME (pequeña y mediana empresa) representa al mayor porcentaje de hoteles del sector.

Por último, la técnica de recolección de información empleada fue la entrevista, ella buscó entender el mundo desde la perspectiva del entrevistado, y aproximarse a los significados de sus experiencias (Álvarez y Jurgenson, 2003). Steinar Kvale (1996) define que el propósito de la entrevista en la investigación cualitativa es "obtener descripciones del mundo de vida del entrevistado respecto a la interpretación de los significados de los fenómenos descritos". Así mismo, el análisis de los datos se efectuó mediante la técnica de análisis del discurso, profundizando en los términos, expresiones, metáforas y la organización misma de los textos que emitió cada uno de los actores analizados. Es de resaltar, en el caso de la investigación se tuvo en cuenta la participación de los propietarios, colaboradores y gerentes del hotel elegido, es decir una aproximación holística al objeto de estudio y pionera en el país por este tipo de acercamiento.

## RESULTADOS

En este apartado se enuncian los resultados derivados de la aplicación de una serie de entrevistas a los actores internos del Hotel La Mansión. Es de resaltar que el Hotel La

Mansión se generó como una iniciativa familiar hace 37 años, particularmente de Clara Hidalgo, quien orientada por la oportunidad que representaba la demanda desatendida de los pacientes que asistían a tratamiento médicos en la Clínica Barraquer y las características innatas como emprendedora. El Hotel La Mansión ha tenido un desarrollo próspero, el cual a través del tiempo ha incorporado no solamente segmentos de visitantes a la clínica sino también segmentos corporativos, tales como la Represa del Guavio, Alpina y Fujitsu, y ello ha impactado positivamente los márgenes de rentabilidad del negocio.

Los cambios en materia de gestión del Hotel se generaron en particular cuando la hija de la propietaria, Diana Garcés, ingresó como gerente financiera y administrativa desde hace 20 años. Ello coincidió con el desarrollo de sus estudios de maestría, la preocupación de que los hostales habían comenzado a desaparecer al no superar el relevo generacional y el ingreso al Hotel de un Jefe de Operaciones que planteó a mutuo propio la posibilidad de certificar la calidad de la organización bajo la Norma Técnica Sectorial Hotelera 006 - de categorización por estrellas para la clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje. A partir de estos elementos se ha venido transformando la gestión del Hotel, la cual tal como expresa su propietaria inicialmente se desarrollaba a partir de la intuición, mientras hoy en día se enfoca en aspectos como el análisis financiero, creación de cargos, medición del clima organizacional, estandarización de manuales, procesos y procedimientos. Así mismo, la calidad se integró al Hotel tras la apertura económica y especialmente como una mayor posibilidad de competencia con cadenas hoteleras internacionales e incidió en la adopción de otra normatividad posterior. En el Hotel la experiencia acumulada llevó a que la hija de la propietaria y actual gerente administrativa y financiera creara desde hace tres años una empresa de consultoría conocida como Sinergy. Ello sin duda muestra logros acertados y una evolución en la curva de aprendizaje de la organización. Sinergy a pesar de que involucra un socio externo está enfocada en las FAMIPYMES hoteleras del país buscando aplicar la experiencia exitosa del Hotel La Mansión en otros hoteles semejantes, cerrando así las brechas existentes en temas de capacitación y finanzas. Ello ha impactado la gestión del Hotel ya que algunos de los colaboradores de este han empezado a desarrollar también labores en Sinergy, generando la posibilidad de expansión de la estructura orgánica del Hotel, así como

la creación de nuevas responsabilidades. A su vez, ello ha originado una conciencia en la cual se busca que todas las ideas innovadoras de Sinergy se apliquen inicialmente en el hotel, de tal forma que este funcione como un laboratorio del sector y logre un mejor posicionamiento en el mercado.

El modelo de gestión que permea las prácticas del Hotel se enfoca principalmente hacia el enfoque humanista, sin embargo, no se debe desconocer que por el tipo de estructura familiar, donde la propietaria y creadora es la gerente general manteniéndose como una figura emblemática, coincide con aspectos administrativos de corte tradicional, del cual proviene la empresa. El Hotel aún no ha completado el relevo a la segunda generación, sin embargo, teniendo en cuenta el cargo de responsabilidad de la hija de la fundadora es claro que este proceso ha avanzado de forma fructífera e incluso ella, a través de su formación profesional, ha venido adecuando diversos cambios al ejercicio de gestión al interior de la organización. Por otro lado, se perciben rasgos iniciales del modelo tecnocrático, así pues, la gestión del hotel a partir de la incorporación de los principios de calidad avanza en la estandarización de procesos y la división de una estructura orgánica departamental, conformada a su vez por el área de alojamiento, alimentos y bebidas y administrativo (encargado de talento humano).

Entre los elementos humanistas localizados en el hotel está la búsqueda de la polivalencia de los colaboradores, aspecto interiorizado por parte de los directivos permitiendo asumir una mayor flexibilidad en las operaciones y un reconocimiento consiguiente por parte de los colaboradores a partir de las posibilidades de aprendizaje en campos del conocimiento, donde inicialmente no tenían experiencia. También, el Hotel premia, a partir de su tamaño, la comunicación directa y ello ha contribuido a una estructura jerárquica más plana que otras organizaciones similares, elemento que combinado con el carisma de las propietarias ha permitido una generación de lazos que al interior del mismo denotan un alto grado de pertenencia y la percepción de este como una familia.

Actividades como la celebración de cumpleaños y festividades en el Hotel cobran gran relevancia ya que en ellas interactúan de forma equitativa las propietarias, directivos y colaboradores, proporcionando de esta manera un ade-

cuado clima organizacional. Igualmente, la participación de los colaboradores se incorpora a través de los Comités de Calidad, en los cuales en igualdad de condiciones participan por cada departamento motivando el planteamiento de soluciones a las problemáticas del área, aunque en últimas quien toma la decisión es la gerente administrativa.

También, se percibe en el modelo de gestión del Hotel un espíritu de agradecimiento de los colaboradores hacia el mismo, el cual se complementa con una visión de la gerencia que busca “tener colaboradores amables, felices, convencidos de su labor, a gusto con su trabajo, que deseen aprender, crear y motivados, enamorados del Hotel”. Sin lugar a duda lo anterior se manifiesta en la baja rotación, en la cual se distinguen colaboradores que llevan más de quince años en su labor. Igualmente, a partir del tipo de estructura de esta organización la gerencia del Hotel enfatiza en la búsqueda del relacionamiento cercano entre colaboradores y clientes, de tal manera que se perciba un servicio que vaya más allá de la preocupación formal por ellos. En este caso, los entrevistados denotan que en el tipo de comunicación con los clientes median preguntas como: ¿Qué necesita?, ¿qué siente?, si está enfermo ¿quiere una agua de panelita?, ¿qué le está pasando?

Este tipo de relacionamiento ha permitido que desde la percepción de la propietaria exista alta fidelización de los huéspedes. Por otro lado, han existido modificaciones en el relacionamiento con los proveedores del hotel, ello mediado por la conciencia que emerge tras la circunscripción en procesos de certificación de calidad. También, se han generado procesos novedosos de relacionamiento con las personas que desean incorporarse laboralmente a la empresa a través de procesos de selección donde se ha buscado la interacción grupal y el enfoque principalmente orientado hacia los jóvenes. Cabe mencionar, a partir de este ejercicio, el cual hoy en día efectúa Sinergy, se hacen procesos de selección para otro tipo de hoteles como el Hampton, evidenciando de esta manera unos rasgos diferenciadores en la gestión interna del Hotel objeto de estudio.

La gestión del Hotel La Mansión ha facilitado desde el punto de vista de los entrevistados que los colaboradores se sientan motivados por las posibilidades de aprendizaje al interior del mismo y la “tranquilidad” en el desarrollo de sus funciones. Igualmente ello se combina con las posi-

bilidades de capacitación y la flexibilidad de horarios para que dediquen tiempo al estudio, aspecto que percibe la dirección del Hotel como una misión implícita con los colaboradores permitiendo hacia el futuro que estos logren mejores trabajos.

A pesar que la propietaria fue hace poco miembro de la Junta Directiva de la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO), existe una interpretación hacia este organismo como un estamento burocrático, “autista”, que no es manejado por hoteleros, donde se superpone el poder de las cadenas hoteleras y se desconoce el que hacer de los hoteles FAMIPYMES. A ello se le suma una caracterización del sector negativa en la que se percibe la existencia de crisis por la Ley de Exención de Impuestos que el gobierno nacional ha implementado, impactando negativamente la ocupación hotelera e incluso una férrea competencia en materia de tarifas. Son estos últimos aspectos los cuales hacen reflexionar a la gerencia del Hotel y considerar que el tipo de administración actual es la que se convierte en principal elemento diferenciador en relación con la competencia.

En cuanto a RSE, este concepto es definido por la propietaria y la Jefe de Operaciones del Hotel vinculándolo al tema de sostenibilidad y particularmente visibilizado a partir del enfoque teórico ético de la RSE, ello dando mayor relevancia a la ética y los valores que se comunican por parte de la organización a los diversos actores. Desde el punto de vista de los colaboradores se identifica la RSE como un apoyo o relacionamiento del Hotel con la comunidad a través de ciertas actividades sociales. Por otro lado, con la finalidad de aclarar este concepto se les interrogó a los colaboradores en relación con la noción de bienestar, la cual ellos identifican desde la perspectiva individual, familiar y laboral.

En cuanto a iniciativas regulativas de RSE el Hotel actualmente se encuentra certificado en la NTSH 006, ella es la que se reconoce dio lugar a la certificación en la NTS-TS 002 y de forma consiguiente a la NTC5133 (Sello Ambiental, el cual se encontraba incluido en la primera versión de la NTS-TS 002). De acuerdo al discurso de los entrevistados la certificación en estas normas contribuyó a que el Hotel ampliara el concepto de sostenibilidad extendiéndolo a tópicos ambientales y de cuidado del patrimonio cultural. Así mismo, el Hotel percibe esta iniciativa regulativa como

de responsabilidad social para el sector, además, derivado de su aplicación se ha generado ideas innovadoras como la creación de un programa de bicicletas que se pondrá en práctica próximamente, buscando el cuidado del medio ambiente y la apropiación del patrimonio a través del transporte.

Los beneficios asociados a la aplicación de la norma técnica son entendidos como la concientización de los colaboradores y huéspedes en relación con la preocupación ambiental y junto a ello la reducción de costos en servicios públicos. Sin embargo, desde la perspectiva del Hotel no se visibiliza un incremento en los ingresos por la certificación de la norma, es decir, a pesar que la empresa estuvo entre las primeras del país en certificarse no ha visto que los huéspedes lleguen al Hotel por este criterio. Desde la perspectiva del Hotel la norma le ha generado también la posibilidad de comprender la posibilidad de atender huéspedes en condición de discapacidad, así mismo, ha posibilitado una mayor preocupación por el conocimiento del patrimonio cultural de la ciudad y la existencia de ciertas comunidades vulnerables.

Teniendo en cuenta lo anterior, la principal limitación que se ha detectado en términos de RSE es la infraestructura, ello ya que el diseño arquitectónico dificulta el desarrollo de mayores esfuerzos que mejoren el impacto ambiental de éste. También se resalta que infortunadamente en el país existe una debilidad para conseguir proveedores que comercialicen productos biodegradables.

Adicionalmente, de forma reciente el Hotel está certificado en The Code, interiorizando esta iniciativa por la preocupación en términos de lucha contra la explotación sexual de niños y ello ha cimentado la concientización de colaboradores y huéspedes sobre el tema. Igualmente, el Hotel desconoce la existencia de otro tipo de iniciativas regulativas de la RSE como el CEMT y GRI, evidenciando ciertas deficiencias comunicativas de estos organismos en el país.

Desde los discursos emitidos, el Hotel posee diferentes acciones de RSE que se orientan hacia los diversos actores sociales. No obstante, el ejercicio fundamental de RSE que visualiza la empresa está dirigido hacia los colaboradores, a través del pago cumplido del salario, la vinculación por medio de contratos directos y el establecimiento de salarios superiores al salario mínimo. Desde el punto

de vista de los colaboradores también son acciones de responsabilidad social enfocadas a ellos la celebración de festividades como cumpleaños y navidad y la percepción de que en el Hotel más que una empresa hace parte de una familia.

El Hotel también señala la existencia de otras acciones de RSE como la contratación de pasantes enseñándoles y permitiendo que participen en la gestión, la no generación de ruido, la adquisición de bienes a aquellos proveedores que estén certificados en normas técnicas sectoriales y la motivación a los que aún no las poseen. Estas acciones mencionadas se generaron particularmente por iniciativas de la gerencia del Hotel, ello no por una obligatoriedad de la normatividad, sino que incluso desde el inicio de operación la propietaria ha estado enfocada al desarrollo de acciones en fundaciones que trabajan por la realización de cirugías de corazón a niños de bajos recursos (Fundación Corazón Colombia), la adopción de niños que provienen de historias de abuso infantil y el apoyo a la capacitación de mujeres embarazadas con la finalidad que por su insolvencia económica no escojan el aborto. Este accionar el Hotel lo ha interiorizado apoyando la logística de actividades para la consecución de recursos en sus instalaciones, promocionando entre sus clientes la realización de ciertas dinámicas y acompañando a la propietaria en el desarrollo de ellas cuando no se efectúan en las instalaciones del Hotel. Sin embargo, desde la perspectiva de los colaboradores estas actividades obedecen más a una iniciativa personal de la propietaria que a una acción que represente el Hotel.

Por otro lado, también se han generado acciones a partir de la implementación de la NTS-TS 002 apoyando la comercialización de artesanías locales en el Hotel, promoviendo por medio de imágenes el turismo en la ciudad, la gastronomía nacional, la recolección de desechos y el aprovechamiento de recursos (energía, luz, papel). Es de resaltar que primordialmente el tipo de acciones que ha desarrollado el Hotel tras la aplicación de la norma se orientan al énfasis ambiental, ello por el tipo de estructura y la orientación que maneja la misma. Al igual, la gerencia del Hotel es abierta a que los colaboradores propongan iniciativas en términos de RSE y entre todos las puedan poner en práctica. Tal es el caso de la recolección de tapas con la finalidad de apoyar los niños enfermos de cáncer propuesta por la jefe de contratación.



Ahora pues, la publicidad de estas acciones se desarrolla a través de un televisor que hay en la entrada del hotel, también se utiliza el correo y la página Web. Cabe mencionar, la dirección del Hotel reconoce que la estrategia de comunicación de RSE actualmente se orienta en mayores proporciones al colaborador, de tal forma que este replique las acciones con los huéspedes y en sus hogares. A su vez, el Hotel es consciente en su discurso que existe una limitación en la comunicación de las acciones de RSE a la comunidad aledaña y de acuerdo a los colaboradores no se visibiliza dicho relacionamiento.

En cuanto al futuro de la RSE la propietaria mencionó que el Hotel se enfocará en darle mayor alcance a los programas de sostenibilidad, buscando así una mayor concreción en las acciones que desarrollan, es decir, reduciendo las acciones aisladas que se llevan a cabo y vinculándose con poblaciones vulnerables, en particular en temáticas como la explotación sexual infantil. Además, en las entrevistas se mencionó que para la ejecución de estas acciones se asignará un presupuesto buscando efectuar un ejercicio más cuidadoso y de impacto en la comunidad, esto coincide con la perspectiva de la jefe de operaciones, para quien se efectuarán otras acciones adicionales.

En relación con el desarrollo a futuro de la RSE en el sector la propietaria mencionó que "los hoteles aún no han comprendido la dimensión del tema y se percibe desconocimiento, apatía y falta de compromiso, lo anterior, justificado en la ausencia de iniciativas obligatorias". De forma complementaria, la Jefe de Operaciones percibe que el sector poco a poco irá avanzando hacia el desarrollo de estas prácticas, generándose mayor concientización sobre el tema. A su vez, esto coincide con ciertos planteamientos de la academia y con la necesidad manifiesta de crear instrumentos de regulación obligatoria para la hotelería, que incluya los distintos ámbitos de RSE y funcione como guía ante las necesidades actuales y la demanda de información de la sociedad.

## CONCLUSIONES

En primer lugar, es de destacar que la RSE es una disciplina que apenas ahora se está abordando de manera concienzuda en el sector hotelero del país y aún existen diversas conceptualizaciones que la hacen poco clara contribuyendo a cierta ambigüedad en los discursos de los acto-

res sociales y de forma complementaria en las iniciativas regulativas que pretenden impactarla. Tal es así que las iniciativas regulativas de carácter internacional como el CEMT y GRI no son reconocidos por los actores sociales como elementos que impacten directamente el desarrollo de la gestión hotelera.

Por otro lado, en términos generales se observa que comparativamente el CEMT y GRI poseen semejanzas en relación con su interpretación a través de un contexto global. Así mismo, la NTS-TS002 se ha convertido en un referente a nivel local en relación con los elementos que el sector hotelero colombiano conoce, ello coincide en las propuestas formuladas a partir del CEMT. No obstante, estas dos últimas iniciativas propugnan por el desarrollo de una RSE especializada para el sector hotelero, contrastando con una propuesta que busca la homogeneidad por parte de GRI.

Ahora pues, a partir del respaldo gubernamental del Vice-ministerio de Turismo y el organismo gremial COTELCO, la RSE en el sector se viene desarrollando de forma más activa mediante la aplicación de la NTS-TS002. En ella se emplean algunos principios que definen una hoja de ruta para que los hoteles mejoren su gestión en relación con este aspecto. Sin embargo, en comparación con los estándares internacionales de RSE plasmados en lineamientos como GRI, no cumple la totalidad y profundidad de elementos que deberían caracterizar el desarrollo de prácticas socialmente responsables en los hoteles del país enfocándose esencialmente a la "sostenibilidad".

En relación con el tratamiento académico de la RSE en el sector se concluye que existe un bajo nivel de investigaciones en el tema y por ende pocas conclusiones certeras que proporcionen una aproximación al tejido social en el país. Contrario a lo anterior, subyace desde la academia algunas acciones que buscan que los hoteles asuman como replicadores la RSE a partir de una mirada instrumental, deviniendo a su vez en una visión del empresariado hotelero como atrasado al no interiorizarla. Es de resaltar, dicha percepción deja de lado la complejidad de las interpretaciones y prácticas que los hoteles efectúan.

Así mismo, en el Hotel La Mansión se percibió la coexistencia de factores derivados del modelo de gestión tradicional y el tecnocrático, aunque se aprecia con mayor ahínco la representación de aspectos correspondientes al

enfoque humanista. Sin embargo, en el momento en que el Hotel concluya la transición hacia la segunda generación puede que reoriente su gestión hacia la aplicación de mayores elementos derivados del enfoque tecnocrático, razón por la cual es relevante que la gerencia efectúe un análisis concienzudo logrando que a largo plazo las prácticas de gestión actuales no se transformen, ello ya que este se considera su principal elemento diferenciador ante la competencia.

Igualmente, se visualizó que la RSE en el país es asumida por parte de los hoteles en forma coherente con su perspectiva administrativa. Ello se presentó en el Hotel La Mansión a partir del enfoque ético, argumentando así acciones que hacia el futuro desarrollarán adecuadamente un relacionamiento entre colaboradores, propietarios y directivos, a la vez que se percibe un claro interés en el desarrollo de actividades que van más allá de la orientación económica de la organización. Cabe mencionar, estos elementos se presentan teniendo en cuenta el tipo de estructura familiar que tiene el Hotel y evidencia que se podría llegar a aplicar en su gestión los postulados de la Escuela de Montreal con mayor aceptación.

Al igual, dentro de los beneficios que se observó en la investigación tras la adopción de acciones de responsabilidad social por parte de los hoteles está la obtención de mayores ganancias económicas. Lo anterior, se combina con la percepción de los actores sociales acerca las posibilidades que en el futuro traería la continuidad de estas iniciativas, particularmente como herramienta de diferenciación de sus servicios. Claro está, dicho aspecto es percibido por los actores sociales de forma indisoluble con la obtención de certificaciones específicas.

En cuanto a las acciones de RSE orientadas a los actores sociales que tienen mayor relevancia en los hoteles se observó que particularmente se presentan aquellas que se dirigen al colaborador y a comunidades vulnerables, evidenciando un carácter benéfico que sobrevive en la mentalidad de los empresarios colombianos y que sin lugar a duda impacta la gestión empresarial. Además, se percibe en el caso del Hotel objeto de estudio ciertas dificultades en el relacionamiento con la comunidad aledaña, incidiendo en la necesidad que a futuro se desarrollen acciones que incluyan a este colectivo.

Así mismo, llama la atención como desde la perspectiva

de los colaboradores las acciones de RSE que efectúan los hoteles se circunscriben con mayor importancia cuando estas son llevadas a cabo sobre ellos mismos, ilustrando de esta manera coherencia entre (el contrato psicológico) lo que esperan ellos del Hotel – motivación, capacitación, acompañamiento, buen trato, continuidad en sus trabajos – y lo que representan los postulados teóricos del radical humanismo. Estos elementos permiten que a futuro los hoteles, los organismos gubernamentales, las asociaciones privadas y la academia repiensen el concepto de RSE para el sector, así como, el de la administración turística, interiorizando una preocupación fundamental por el desarrollo de sus colaboradores y toda la sociedad.

En conclusión, el modelo de gestión que impera en los hoteles MIPYMES colombianos ha interiorizado los conceptos que se derivan de la calidad, ello principalmente por la existencia de normas técnicas sectoriales especializadas para el sector y la buena aceptación que representó la calidad total, como moda administrativa, en el medio. No obstante, teniendo en cuenta que la calidad no puede ser el único instrumento de gestión en la organización se recomienda a los empresarios hoteleros, especialmente a los FAMIPYMES, que unan esfuerzos con la finalidad de no perder su posicionamiento en el mercado, a la vez que logren interiorizar un modelo de gestión alternativo al propuesto por las cadenas internacionales que hoy en día están creciendo de forma desbordada en el país y que no incluye de forma fundamental al tejido social del sector.

Finalmente, la hotelería de origen nacional y caracterizada por ser FAMIPYME conlleva la aplicación de una gestión orientada en alto grado por una relación tradicional y en algunos casos por el enfoque humanista, manifestándose a su vez en los sentidos ético y/o integrador de la RSE y que aunque sería asumida de forma distante por organizaciones como el Viceministerio de Turismo y COTELCO, juega un rol determinante en el desarrollo del sector. El sentido integrador de la RSE explica el desarrollo de estas acciones, teniendo en cuenta la necesidad de integración de diversas demandas sociales, como las leyes y políticas públicas (Cancino & Morales, 2008, citado por Téllez, 2015).

Esta hotelería sería la que facilitaría la aplicación de los elementos propuestos por la Escuela de Montreal, en la medida en que por sus características internas tiende hacia la polivalencia de los colaboradores, el establecimiento de un relacionamiento cercano con los demás actores

sociales, el desarrollo de una estructura jerárquica plana y la utilización de mecanismos de rápida comunicación, motivación social y toma de decisiones participativas. Teniendo en cuenta lo anterior, recobra relevancia que la RSE en el sector hotelero reoriente su visión hacia un reconocimiento de las obligaciones empresariales para con la sociedad, lo cual contribuiría de forma trascendental en el desarrollo de la misma.

## REFERENCIAS

- Aktouf, O. (2001).** La estrategia del avestruz racional. Postglobalización, economía y organizaciones. Cali: Univalle.
- Aktouf, O. (2001).** La metodología de las ciencias sociales y el enfoque cualitativo en las organizaciones. Cali: Univalle.
- Aktouf, O. (2009).** La administración entre tradición y renovación. Cali: Univalle.
- Álvarez, J., Jurgenson, G. (2003).** Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología. México D.F.: Paidós.
- Ariza, E., Gómez, M., León, F. (2008).** Surgimiento, evolución y expansión de la responsabilidad social empresarial: una propuesta de comprensión crítica. En: Perspectivas Críticas de la Contabilidad. VII Simposio Nacional de Investigación Contable y Docencia. Universidad Nacional de Colombia
- Ayuso, S. (2003).** Gestión sostenible en la industria turística. Retórica y práctica en el sector hotelero español. (Tesis inédita de doctorado). Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, España.
- Campodónico, R., Chalar, L. (2013).** El turismo como construcción social: un enfoque epistemológico. Turismo y Sociedad, 14, 47-63.
- Carbal, A., Ramírez, C., Vergara, J. (2012 julio).** Análisis integral de la responsabilidad social empresarial en pequeños hoteles del centro histórico de la ciudad de Cartagena. Saber, ciencia y Libertad, 7 (1), 95-108.
- Cardona, D., Hernández, J. (2011).** La responsabilidad social empresarial desde la perspectiva de los gerentes de los hoteles pymes de la ciudad de Cartagena. Saber, Ciencia y Libertad, 91-103.
- Centro de Investigación Económica y Social (FEDESARROLLO). (2010).** Estudio de prospectiva para la industria de la Hotelería. Bogotá: Fedesarrollo.
- Chanlat, J. (1994).** Hacia una antropología de la organización. Gestión y política pública, 3 (2), 317-361.
- Chanlat, J. (1998).** Ciencias sociales y administración. Medellín: Universidad Eafit.
- Colombia, ICONTEC, Ministerio de Comercio Industria y Turismo & Universidad Externado de Colombia. (2006).** Norma Técnica Sectorial 002 de Requisitos de Sostenibilidad para los Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje.
- Colombia, ICONTEC, Ministerio de Comercio Industria y Turismo & Universidad Externado de Colombia. (2015).** Norma Técnica Sectorial 002 de Requisitos de Sostenibilidad para los Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje primera actualización.
- Colombia, Congreso de la República. Ley 300 de 1996.** Ley General de Turismo, (26 Jul, 1996).
- Colombia, Congreso de la República. Ley 679 de 2001.** Por medio de la cual se expide un estatuto para prevenir y contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con menores, (3 ag, 2001).
- Colombia, Congreso de la República. Ley 1336 de 2009.** Por medio de la cual se adiciona y robustece la Ley 679 de 2001, de lucha contra la explotación, la pornografía y el turismo sexual con niños, niñas y adolescentes, (21 jul, 2009).
- Cuadrado, R., Fernández, M. (2011).** La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero: revisión de la literatura científica. Cuadernos de Turismo, 28, 47-57.
- Fenalco Solidario (2015).** Programas asociados a responsabilidad social empresarial. Recuperado de <http://www.parse.com.co/index.php/aliados/2-uncategorised/84-fenalco>.
- Fundación Renacer (2015).** The Code. Recuperado de <https://fundacionrenacer.org/?p=165>
- Global Reporting Initiative (GRI). (2011).** Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad Versión 3.1. Países Bajos: GRI.
- Global Reporting Initiative (GRI). (2013).** Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad G4. Países Bajos: GRI.

- Global Reporting Initiative (GRI). (2015).** Sustainability Disclosure Database. Recuperado de <http://database.globalreporting.org/search>
- Gómez, M. (2010).** La gestión y la información sobre la responsabilidad social empresarial de las pymes: la necesidad de diferenciación. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 56, 15-40.
- Gómez, S. (2008).** Repensar en el turismo: ante la irresistible tentación de lo pragmático y lo empírico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 9, 120-134.
- Instituto Distrital de Turismo (IDT). (2014).** Inventario de establecimientos de alojamiento y hospedaje Bogotá. Recuperado de [http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/publicacion\\_inventario\\_alojamiento.pdf](http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/publicacion_inventario_alojamiento.pdf)
- Hinestrosa, A. (1997).** La historia del turismo de Colombia 1 parte. El aporte Aborigen. Bogotá: Universidad Externado.
- Isaza, S., Malaver, N., Matiz, J., Quiroga, S., Rivera, H. (2011).** Turbulencia empresarial en Colombia: el caso del sector hotelero. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Kpmg. (2013).** The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013. Países Bajos: Kpmg.
- Manzano, V. (2005).** Introducción al análisis de discurso. Recuperado de <http://www.aloj.us.es/vmanzano/documentos/metodos/discurso.pdf>
- Martos, M. (2011).** La responsabilidad social corporativa en la gestión hotelera. *Cuadernos de Turismo*, 12, 109-184.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2015).** NTS-Alojamiento y hospedaje. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=3257>
- Organización Mundial de Turismo (OMT). (2015).** Travel & Tourism Economic Impact 2015 World. Recuperado de <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%202015/world2015.pdf>
- Ordoñez, F., Prada, C., Sepúlveda, J. (2014).** Perfil de la responsabilidad social empresarial del sector hotelero de la ciudad de Bucaramanga-Colombia. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23, 23-39.
- Peña, D., Serra, 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, 1456-1480.
- Téllez, C. (2015).** Aproximación a la Responsabilidad Social Empresarial Hotelera en Colombia: reflexiones a partir de la perspectiva cualitativa. (Tesis inédita de maestría). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia.
- Vergara, M., Vicaria, L. (2009).** Ser o aparentar la responsabilidad social empresarial en Colombia: análisis organizacional basado en los lineamientos de la responsabilidad social empresarial. (Tesis inédita de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Weiss, A. (1994).** La empresa colombiana entre la tecnología y la participación. Del taylorismo a la calidad total. Bogotá: Universidad Nacional.



# INSTRUCCIONES PARA AUTORES

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

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

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

## Estructura general y estilo de títulos y secciones

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

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

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

### Idioma y extensión de los manuscritos

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

### Resumen y palabras clave

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

### Las ilustraciones (figuras y cuadros)

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

### Referencias y citas

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

La RIAT emplea un proceso de revisión doble ciega, por lo tanto los autores deben quitar toda información de auto identificación de la versión del manuscrito que será enviado a los árbitros. Los autores pueden dejar las 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 del autor
- Correo electrónico
- Dirección institucional, ciudad y país.
- Resumen biográfico

### Lista de chequeo de submisión

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

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

### Derecho de autor

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

- 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 ella y para identificar a los autores de las publicaciones.

### Política de no cobro

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

# INSTRUCTIONS FOR AUTHORS

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

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

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

## General Structure & Titles, Sections and Subsection Styles

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

**The title should be in CAPITAL BOLD LETTER; centered to the page. The Section title should be CAPITAL BOLD LETTER; it is this aligned along the left margin**

Subsection title should be in lower case letter and bold; it is this aligned along the left margin

Subsubsection title should be in "lower case" and normal letter; it is this aligned along the left margin

Manuscript language & Length

All manuscripts should be written in Spanish or English but abstracts should be in both languages. Manuscripts submitted to RIAT should be no longer than 20 pages of text including figures, tables, photos, & references (single-spaced Calibri light 10-point font).

## Abstract & Keywords

An Abstract is required for all submitted manuscripts. This should appear on a page of its own, following the title page and preceding the first page of text. The Abstract should be a single paragraph of 250 characters or less that briefly describes the problem under consideration, the analytical approach, and the major findings. References and citations to other work should not be included in the Abstract. Following the Abstract include a set of not more than 5 keywords identifying major notions or concepts introduced in the article.

## Illustrations (Figures and tables)

All tables and figures should be submitted with manuscripts for review. These should be clearly coordinated with text material, with specific references made to the tables or figures. All must be captioned, and numbered sequentially. Tables should be discussed in the text, but capable of clear interpretation on their own. The final submission of accepted manuscripts must include tables and figures of professional quality. Equations should be numbered sequentially.

## References & Citations

The RIAT follow APA Norms of Style & Citation

See: <http://www.apastyle.org/learn/tutorials/basics-tutorial.aspx>

## Aspects of auto identification of authors

The RIAT employs a double-blind review process. Therefore, authors should remove all self-identification information from the version of the manuscript that will be sent out to referees. Authors may leave citations to their own work in the manuscript, as long as those citations refer to published work and do not identify themselves in any way.

## Authors Identification

Authors must provide the following contact information for each author during registration on line. However, one author should be clearly designated as the contact author for the manuscript:

- Author's name(s)
- Final Academic Degree
- Author's title or Position, e.g., Associate Professor, Academic degree, etc.
- Complete mailing address, including institutional affiliation;
- E-mail address; and telephone number.
- Biographic data

## Submission preparation checklist

As part of the submission process, authors are required to check off their submission's compliance with all of the following items, and submissions may be returned to authors that do not adhere to these guidelines.

- a. The submission has not been previously published, nor is it before another journal for consideration (or an explanation has been provided in Comments to the Editor).
- b. The submission file is in Microsoft Word or RTF file format.
- c. The text is single-spaced; uses a 10-point font; employs Calibri light, rather than underlining (except with URL addresses); and all illustrations, figures, and tables are placed within the text at the appropriate points, rather than at the end.
- d. The text adheres to the stylistic and bibliographic requirements outlined in the Author Guidelines, (APA STYLE) which is found in About the Journal.
- e. If submitting to a peer-reviewed section of the journal, the instructions in Ensuring a Blind Review have been followed.

## Copyright notice

**Authors who publish with this journal agree to the following terms:**

- a. Authors retain copyright and grant the journal right of first publication with the work simultaneously licensed under a Creative Commons Attribution License that allows others to share the work with an acknowledgement of the work's authorship and initial publication in this journal.
- b. Authors are able to enter into separate, additional contractual arrangements for the non-exclusive distribution of the journal's published version of the work (e.g., post it to an institutional repository or publish it in a book), with an acknowledgement of its initial publication in this journal.
- c. Authors are permitted and encouraged to post their work online (e.g., in institutional repositories or on their website) prior to and during the submission process, as it can lead to productive exchanges, as well as earlier and greater citation of published work (See The Effect of Open Access).

## Privacy statement

The names and email addresses entered in this journal site will be used exclusively for the stated purposes of this journal and will not be made available for any other purpose or to any other party.

## Non Charges Policy

There are not charges for submission and publication.

Vol. 13, N°1, Enero - Junio 2017

# 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.