



El turismo local, motor de una economía alternativa

Memorias Científicas del
**II CONGRESO INTERNACIONAL DE
TURISMO**

Universidad Mayor de San Simón
Centro de Estudios Transdisciplinarios Bolivia
Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador

El turismo local, motor de una economía alternativa

(Memorias Científicas del 2do Congreso Internacional de Turismo)



COMPILADOR:

Dr. Erick Terán

La presente obra fue evaluada por pares académicos
experimentados en el área

Reservados todos los derechos. Está prohibido,
bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil
previstos en las leyes, reproducir, registrar o
transmitir esta publicación, integra o parcialmente,
por cualquier sistema de recuperación y por
cualquier medio, sea mecánico, electrónico,
magnético, electroóptico, por fotocopia o por
cualquiera otro, sin la autorización previa por
escrito al Centro de Investigación y Desarrollo
Ecuador (CIDE)

ISBN: 978-99974-72-62-5

Edición con fines académicos no lucrativos.

Impreso y hecho en Ecuador

Diseño y Tipografía: Lic. Pedro Naranjo Bajaña

Fecha de Publicación: 19 de Octubre de 2017

CIDE 
EDITORIAL
Cod. 9942-8632 

Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador
Cdla. Martina Mz. 1 V. 4 - Guayaquil, Ecuador
Tel.: 00593 4 2037524
[http. :/www.cidecuador.com](http://www.cidecuador.com)

COMITÉ EDITORIAL

Dr. Bartolo Cruz Romero

Licenciado en Biología por el Instituto Tecnológico del Mar N0.6, Maestría en Desarrollo Sustentable y Turismo en la Universidad de Guadalajara, créditos terminados de Doctorado en Ecología y Manejo de Recursos Naturales en la misma Institución. Estancias de investigación en Universidad Pontífice y católica de Rio de Janeiro, Brasil, Universidad Nacional de La Plata, Argentina y Universidad Komenského, Bratislava, Eslovaquia. Ponente en congresos con la temática: Ecosistemas de manglar. Docente de Biología y Turismo de Aventura en el Instituto Tecnológico de Bahía de Banderas y Universidad de Guadalajara. Dirección de dos tesis de Licenciatura, coordinación de cuatro proyectos financiados y publicación de cinco artículos de investigación relacionados con el Desarrollo Sustentable

Dra. Eritrea Gámez Vásquez

Maestra de la facultad de Ciencias Sociales y Humanidades, en el área de conocimiento de economía en la Universidad Autónoma de Baja California Sur (UABCS). premiada con el reconocimiento '*María Dionisia Villarino Espinoza*' en el H. Congreso del Estado de Baja California Sur. Este reconocimiento se entrega anualmente a mujeres destacadas y emprendedoras en la labor social, política y económica del Estado.

Msc. Thiago Duarte Pimentel

Professor/pesquisador na Universidade Federal de Juiz de Fora/UFJF. Doutor em Ciências Sociais/UFJF. Mestre em Administração e Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Minas Gerais/UFMG. Atua nos Programas de Pós-Graduação em Ciências Sociais - PPGCSO/UFJF, de Administração - PPGA/UFV e Postgrado en Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Sinaloa/ UAS (México). Também nos bacharelados de Turismo e Interdisciplinar em Ciências Humanas/BACH, ambos dan UFJF. É coordenador de curso do BACH. Editor da revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos - ABET. Coordena o Observatório Econômico e Social do Turismo (UFJF). Vice-presidente do Conselho Municipal de Turismo/COMTUR da cidade de Juiz de Fora/MG. Atua nas áreas de Sociologia (Teoria Social - ontologia, epistemologia, realismo crítico), Administração (Sociologia das Organizações - Espaço, Identidade e Poder, Administração Pública e Gestão Social, e Gestão Coletiva e Desenvolvimento); e Turismo (Teoria, Gestão e Planejamento do Espaço Turístico, Governança Territorial em Destinos Turísticos)

Msc. Diego Armando Burgos Salamanca

Pregrado en Administración del Medio Ambiente y los Recursos Naturales, Colombia, Diplomado especialista en Resolución y Gestión de conflictos socio-ambientales, -Perú-, Maestría en Agroecología cultura y Desarrollo endógeno sostenible en Latinoamérica, -Bolivia-, actualmente cursando el Doctorado en Pedagogía crítica y educación popular, instituto McLaren, Baja California-. Docente de la Universidad Autónoma de Occidente, Departamento de Ciencias Ambientales, asesor para pueblos indígenas, trabaja temas asociados uso-manejo-conservación y revalorización de la diversidad bio-cultural, sistemas agroalimentarios, conocimiento tradicional, ordenamiento territorial, cuencas hidrográficas, educación ambiental y aportes desde lo metodológico para promover el ecoturismo, turismo comunitario y desarrollo rural sustentable.

AUTORES

Ángel Guillermo Félix Mendoza

Enrique Richard

Francisco Manuel Aguirre Guerra

Gonzalo A. García Crispieri

Juan José Martí Noguera

Melissa Paulina Calle Iñiguez

Orietta Rúa Funes

ÍNDICE

Prólogo.....	7
Destinos emergentes y nuevas modalidades de turismo.....	8
Ángel Guillermo Félix Mendoza Juan José Martí Noguera	
Productos turísticos fronterizos y sus limitaciones: caso Ecuador–Perú.....	19
Melissa Paulina Calle Iñiguez	
Proyctación de Torotoro Geoparque Andino, como Destino Turístico Sostenible.....	31
Gonzalo A. García Crispieri	
Impacto económico que generan los grandes eventos y congresos en las ciudades.....	39
Orietta Rúa Funes	
Revalorización de los Saberes Ancestrales de la Laguna Potosina “K’ALAPURKA”, como Patrimonio Gastronómico y su Promoción.....	53
Francisco Manuel Aguirre Guerra	
Proyctación del Geoparque Andino Torotoro (Potosí: Bolivia): Potencial para el turismo científico, ictiológico y espeleológico especializado en Bolivia.....	61
Enrique Richard	

PRÓLOGO

El Turismo se está convirtiendo en la industria generadora de divisas mas importante en este continente, esto promueve mas creatividad por parte de los que ofrecen este servicio y por supuesto , también se crean clientes mas exigentes.

Esto obliga a los países que desean generar divisas para la economía de su Estado y para los prestadores de servicios desarrollar estrategias de marketing turístico para que los posibles cliente se sientan atraídos.

Es aquí cuando aparece el Branding como estrategia de mercado, desarrollando marcas turísticas reconociendo los activos de un lugar y potenciarlos al máximo de manera atractiva y posesionarlos como una marca.

El objetivo es conseguir que dicho lugar se convierta en el destino soñado y deseado por turistas , viajeros y por todos aquellos que son potenciales clientes para el negocio turístico. Se trata de vender experiencias, sensaciones, felicidad. Mas que las instalaciones del propio hotel, se trata de vender toda la atmósfera que lo envuelve, ya sea la oferta de una ciudad, la calidad de una playa o la belleza de un paisaje... Cosas que al fin y al cabo serán lo que el cliente recordará en el futuro.

Por supuesto, no se trata solo de traer turista y generar divisas ,también se piensa el turismo de manera responsable la propuesta del ecoturismo es la opción mas idónea para hacer rentable,eficiente y con el mas bajo impacto ecológico y cultural el turismo.

Una de esa propuesta eco turísticas abordada en este libro consiste en los ecolodge, que son estancias alternativas que cumple con la filosofía del ecoturismo, alojamientos que respetan l los principios de conservación de la naturaleza, beneficiando a la población local y ofreciendo actividades educativas.

Estos espacios deben cumplir ciertas normas específicas de diseños: construcción biosostenible y ubicación adecuada, siempre persiguiendo minimizar el impacto ambiental, la integración con el entorno y conseguir el confort adecuado.

Por último y no menos importante es el abordaje en uno de los artículos de este libro del turismo transfronterizo.

El turismo transfronterizo permite examinar la coexistencia armónica de ciudades fronterizas desde las distintas ópticas; socioeconómica, cultural. Es un turismo donde se comparte paisaje,historia común.

El estudio de estos destinos turísticos en fronteras permite conocer las redes de colaboración o cooperación ,así como las alianzas estratégicas existente´

Así que nos conseguimos con un libro valioso, que aborda multifacéticamente uno de los temas mas álgido hoy en día a nivel mundial tanto en lo económico, lo social y lo cultural como es el tema del turismo

Destinos emergentes y nuevas modalidades de turismo

Ángel Guillermo Félix Mendoza

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López
guillermofelix@gmail.com

Juan José Martí Noguera

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López

Resumen

La reconstrucción turística de Manabí (Ecuador) sigue siendo el objetivo prioritario de gran parte de representantes de las carteras de estado, el sector empresarial y las carreras de turismo de las Universidades de la provincia tras la emergencia del terremoto de abril 2016. Estableciendo una cooperación entre los diferentes organismos, se planteó un proyecto con el objetivo principal de identificar afectaciones y productos emergentes alternativos al de sol y playa tras la destrucción de gran parte de la infraestructura. Siguiendo la metodología de paisaje cultural promovida por la UNESCO se realizó una caracterización de atributos culturales y ambientales alrededor del turismo rural para constituir una alternativa de valor agregado y promover a una futura declaración como patrimonio inmaterial. Basado en los casos reconocidos del Eje Cafetero (Colombia) y la Serra Tramuntana (España) se establecen los primeros pasos para consolidar un modelo de turismo rural con el cacao como producto estrella atendiendo a la visibilidad internacional del chocolate producido en Ecuador. Los resultados iniciales de la comparativa con los mencionados destinos declarados paisaje cultural apuntan a la importancia de fortalecer un nuevo modelo de turismo asociado a un producto de alta gama que beneficie a las comunidades receptoras, potenciando nuevas modalidades turísticas como base de este desarrollo.

Palabras claves: Destino turístico, paisaje cultural, Ecuador, catástrofe natural, reconstrucción

Abstract

The touristic reconstruction of Manabí (Ecuador) is still the main goal of the governmental ministries, the entrepreneurial sector and the schools of tourism in the province after the earthquake in April 2016. Establishing cooperation among the different institutions, a new project addressed to identify the problems and alternative emergent products to the sun and beach tourism, after the considerable destruction on their infrastructure due to the catastrophic event. In concordance with the cultural landscape methodology promoted by the UNESCO, a cultural and environmental characterization over the rural tourism was run in order to build an alternative of added value and develop a future declaration as an intangible heritage. Based on renowned cases such as the Coffee Belt (Colombia) and the Serra Tramuntana (Spain) the first steps to consolidate a rural tourism model that has the cacao as the star product are set, taking into account the international visibility of the chocolate produced in Ecuador. The initial results of the comparison among the aforementioned destinations declared as cultural landscapes point out the importance to strengthen a new tourism model associated to a high range product which benefits the receptive communities, and boosts new tourist modalities as the base for development.

Keywords: Tourism destination, cultural landscape, Ecuador, natural disaster, reconstruction

Introducción

El presente trabajo es parte de los proyectos “Diagnóstico y lineamientos estratégicos del sector turístico en los principales destinos afectados por el terremoto del “16 A” en la provincia de Manabí” y “Procedimientos para diseñar ofertas agroturísticas en la provincia de Manabí. Estudio de casos de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López”, y se centra en una aproximación a la importancia del diseño de imagen en la gestión de un destino turístico, incidiendo especialmente en destacar características de aquellos lugares que pueden ser catalogados como paisajes culturales dado que en base a su configuración entre actividad humana y medio característicos, se diferencian de otros destinos y pueden convertir en icónica su imagen promocional atrayendo determinados perfiles de visitantes. Para tal fin, junto al abordaje teórico se establecen paralelismos con paisajes culturales de características similares que han sido declarados patrimonio UNESCO.

Se inicia presentando algunos conceptos acerca de modalidades turísticas y datos contextuales sobre la provincia de Manabí (Ecuador) con incidencia en los efectos del terremoto acontecido el 16 de abril del 2016, y una metodología participativa para ejecutar.

Modalidades turísticas rurales

Es necesario dejar claro los preceptos básicos que validan la utilización del término “herramienta de desarrollo”, debido a que no siempre los efectos positivos son una constante en el turismo. La implementación de cualquier modalidad turística en un determinado sector merece la más exhaustiva revisión, ya que esto condiciona en alta manera el éxito o fracaso de la misma. Debido a que el conocimiento que se tenga acerca de la actividad, luego dará paso a planes de desarrollo los mismos que serán el complemento idóneo, para que en cierta manera mediante estos se logren mitigar las consecuencias negativas y potenciar las positivas. De esta manera se tenga el respaldo suficiente para denominar a estas modalidades “herramientas de desarrollo”.

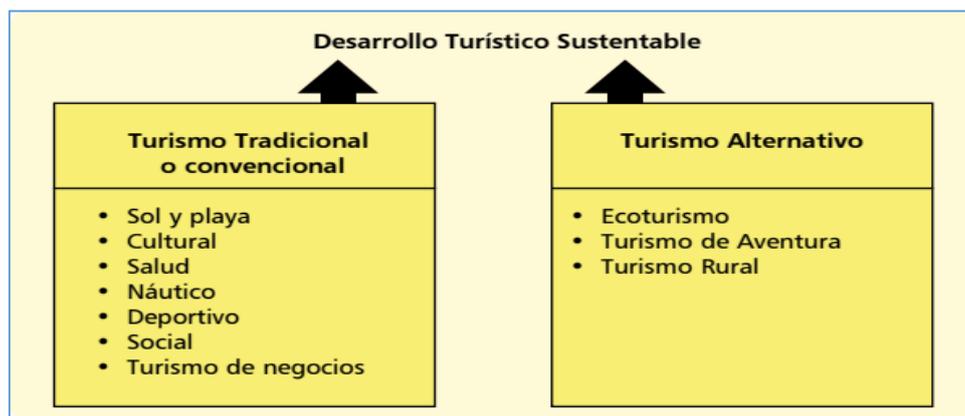
En este caso la modalidad, actividad, tipología escogida como objeto de estudio es el “AGROTURISMO”, el mismo que se lo ha denominado como “la modalidad turística en áreas agropecuarias, que hace uso del medio rural, ocupado por una sociedad campesina”, (SECTUR, 2004) lo que nos da una clara imagen de los recursos que utiliza y en el contexto que se lo realiza. Claro está, que debido a esta contextualización deberíamos remontarnos un poco más atrás en la revisión de la actividad desde su origen y base epistemológica.

El turismo rural como base del agroturismo

Es importante iniciar la revisión desde su origen, las modalidades turísticas alternativas nacen con la finalidad de contrarrestar el turismo fordista caracterizado por el mal comportamiento de los visitantes, sin ningún compromiso con la naturaleza y las culturas receptoras, de esta manera Sandoval (2006) identifica que “alternativo” implicó que debería existir un concepto opuesto, por lo que estas modalidades de turismo se oponían a los principios del turismo fordista interpretados como perjudiciales, especialmente para las comunidades receptoras, que son siempre las más vulnerables a los cambios generados por la actividad del turismo. Con esto se genera un antes y un después todo esto iniciando los años ochenta.

A partir de este momento se bifurca el camino del turismo hacia tendencias poco conocidas hasta ese entonces, dando paso a la primera de las modalidades poco convencionales, por lo que SECTUR (2004) identifica dos caminos hacia el desarrollo turístico sostenible lo que podemos identificar en la imagen #, el turismo tradicional o convencional y el turismo alternativo con sus características.

ILUSTRACIÓN 1. MODALIDADES TURÍSTICAS



La primera modalidad relacionada al turismo alternativo que vio la luz, abriendo paso a una nueva visión de la actividad, fue el ecoturismo, cuyos inicios se centran en la necesidad de los movimientos ambientales de obtener fondos económicos para la conservación (Sandoval, 2006), de esta manera se empiezan a ofrecer productos o destinos, en los cuales la principal atracción es el tratar de proteger zonas que se encuentren en su estado más puro, con una relación activa con las comunidades que aquí se desenvuelven, creando una sinergia ideal para la generación de nuevas experiencias en los visitantes, todo esto encuentra su apoyo luego de la aparición del famoso informe Brundtland o “Nuestro futuro en común” en el que se destaca el primer concepto de desarrollo sostenible que lo define como satisfacer las necesidades de la población actual, sin comprometer las necesidades de las generaciones venideras para satisfacer sus propias necesidades (ONU, 1987), este da paso a las declaratorias de Río de Janeiro (1992) y Johannesburgo (2002) en donde los gobiernos asumen un papel preponderante en la custodia de la naturaleza, comprometiéndose a la implementación de políticas estrictas a favor de la naturaleza, declaratorias de áreas protegidas y financiamiento para actividades en estas áreas para la generación de una conciencia más amigable con el medio ambiente. De la misma manera en Lanzarote (1995) se asume la definición de desarrollo sostenible a la actividad turística utilizando el mismo concepto y como resultado de este aparece la primera definición de Turismo sostenible.

A partir de los años ochenta el Turismo Ecológico (ecoturismo) se desencadenó una moda a nivel mundial, luego de la aplicación del modelo exitoso en Costa Rica, de manera que esta modalidad se fue transformando en una etiqueta para cualquier tipo de producto turístico sin tener en cuenta, el más mínimo criterio técnico sobre la operación turística, sobre la infraestructura de la planta turística, la calidad de los prestadores de servicio, ni los fundamentos bases de esta modalidad que básicamente están enmarcados en la concientización de las personas y el respeto a la naturaleza. Básicamente bastaba con encontrarse en una zona natural, utilizar algunos materiales del entorno para la construcción de alguna infraestructura y poner un rótulo de turismo ecológico o ecoturismo. Esto ha ido desmereciendo a lo largo de los años a esta actividad y desde el punto de vista de la comercialización ha ido perdiendo el producto su valor.

A partir de aquí entonces se empiezan a buscar nuevas opciones relacionadas a las modalidades alternativas, entre estas el turismo rural, el mismo que según referencia oficial para Canales (2009) es aquella actividad turística realizada en espacio rural, compuesta 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, lo que no difiere de los conceptos básicos de sostenibilidad, incluyendo a la modalidad ecoturística, pero con una más amplia conexión con la cultura local y las actividades diarias. El turismo rural es una modalidad de turismo que utiliza los recursos presentes en el territorio su cultura rural como motivación del viaje (Aldo et al, 2006) de esta manera se comprueba que no solo la generación de servicios o de infraestructura son

capaces de por sí atraer a visitantes, sino también la búsqueda de nuevas experiencias como lo es el conocimiento de una nueva cultura y su diario convivir, todo esto lo brinda el turismo rural.

Según Zamorano (2008) el turismo rural es un turismo de bajo impacto que facilita vivencias y experiencias que enriquecen el desarrollo de la personalidad, hace accesible la comprensión de la realidad de las comunidades anfitrionas mediante la convivencia con sus pobladores, esto deja en claro la esencia de esta modalidad de una manera muy detallada, encaminada a la participación del visitante mediante el proceso de producción del servicio turístico, en este punto nacen las distintas actividades que comprende el turismo rural, una de las cuales es el agroturismo, el mismo que será tratado a fondo en el siguiente apartado. A continuación se describe el cuadro número 1 una clasificación de turismo rural tomada a partir del criterio de distintos actores.

CUADRO 1. ACTIVIDADES DEL TURISMO RURAL

Actividades	Definiciones
Agroturismo	Es la actividad turística que aprovecha los servicios turísticos producidos por la empresa agrícola
Vivencias místicas	Ofrece la oportunidad de vivir la experiencia de conocer y participar de la riqueza de las creencias, leyendas y rituales divinos de un pueblo, heredados por sus antepasados
Talleres artesanales	Se basa en la participación y elaboración de diferentes artesanías en los escenarios y con los procedimientos autóctonos
Aprendizaje de dialectos	Viajar con la motivación de aprender el dialecto del lugar visitado, así como sus costumbres y organización social
Medicina tradicional	Conocer y participar en el rescate de una de las más ricas y antiguas manifestaciones de la cultura popular, que es la preparación y uso de la medicina tradicional
Talleres gastronómicos	Este tipo de actividades tiene la motivación de aprender a preparar y degustar la variedad gastronómica que se ofrece por los anfitriones de los lugares visitados
Rutas alimentarias	Desarrolladas con el objetivo de potenciar el recurso gastronómico del lugar, aprovechando la producción de alto consumo en la zona
Turismo curativo	Está orientado al tratamiento de la salud, donde el visitante busca ambientes naturales, acompañado de recursos e infraestructura adecuada para la relajación
Pesca y caza	Realizada por personas que no se interesan tanto por la agricultura y prefieren otras actividades vivenciales, aunque estas en la actualidad son muy observadas bajo la lupa de la sostenibilidad

FUENTE: ADAPTADA DE LAS CLASIFICACIONES CITADAS POR (FÉLIX Y DOUMET, 2016)

El Agroturismo concepto y aplicabilidad

Para comprender de manera clara y precisa las características del agroturismo, se debe realizar una revisión profunda de la epistemología de esta actividad que permita comprender de forma amplia su incidencia en las comunidades receptoras, la orientación de la modalidad, el tipo de actividades que comprende y los riesgos que trae consigo. Según Guerrero et al (2012) el concepto de agroturismo no tiene una definición clara y unánime, puede cambiar Dependiendo del país o, en el caso de España, de las legislaciones autonómicas; esto dificulta de cierta manera como es el caso de muchas ciencias sociales, adherirnos a una sola definición o una definición base.

Podríamos iniciar citando a Aldo et al. (2006) quien define al agroturismo como una actividad económica que se ubica entre la agricultura y el turismo, afirmación efectiva que da paso en el mismo documento a la conceptualización que identifica al agroturismo como el tipo de turismo que aprovecha los servicios turísticos producidos principalmente por la empresa agrícola con la finalidad de compartir una experiencia de vida dentro del contexto rural.

De alguna manera, la ruralidad es el contexto en el que se desenvolverá la actividad del agroturismo. Esta actividad puede llegar a formar parte del denominado desarrollo local, que no es más que la reproducción a escala local de sistemas políticos, económicos, ambientales y culturales (Mínguez, 2008) citado por Sánchez y Cebrián (2015), bajo esta premisa se puede llegar a pensar que en una pequeña comunidad o finca se implementen sistemas óptimos de desarrollo para sus habitantes implementando una actividad “turismo” y con esto favoreciendo a otra actividad relacionada a la vida cotidiana “agricultura” abarcando diversos ámbitos del desarrollo sostenible.

Es importante recalcar que existen muchas confusiones entre el turismo rural, el agroturismo y en otras ocasiones denominado también turismo de fincas. Según el presidente del agroturismo en Italia, lo define como el servicio de los agricultores en alojamientos restaurados a partir de antiguos edificios rurales o en espacios libres para acampar, incluyendo servicios de alimentación basados en la explotación de productos locales y sus costumbres de consumo (Zamorano, 2008)

Para que se pueda desarrollar adecuadamente el agroturismo, hay que tener en cuenta dos puntos de conexión muy importantes el contexto rural y los productos agrícolas (Aldo et al. 2006). El primero orientado a la conservación en las comunidades de sus aspectos más esenciales de la cultura, lo que se transforma en un valor diferenciado dentro del sistema turístico local. El segundo es dirigir una importante parte de la producción de los productos agrícolas locales al consumo in situ, bien sea mediante la venta de productos elaborados como de la materia prima.

De estos procesos de intersección entre dos áreas económicas específicas, en este caso el turismo y las explotaciones agrícolas, podemos encontrar una serie de actividades económicas que se conectan entre sí como una “familia” (Aldo et al. 2006). En este estudio se desprenden cuatro tipologías de servicio basados en esta fusión: Tiendas de productos agrícolas, gastronomía, alojamiento y producción de servicios complementarios.

La primera puede basarse desde un punto sencillo de comercialización de productos transformados o no, hasta una completa tienda que abarque la mayor cantidad de productos de origen agrícola y a su vez productos complementarios: como la venta de artesanías con productos típicos del lugar, souvenirs para los visitantes y los productos locales como jaleas, quesos, vinos entre otros derivados de la producción.

Según Millán (2014) existen nuevas tendencias de consumo, con una inclinación muy importante hacia el ámbito social, con productos más naturales, de mayor calidad y con un valor diferenciado. Esto se encuentra

relacionado directamente con la recuperación de las tradiciones ancestrales arraigadas a nuestro patrimonio y redundan en dos simples palabras “comer sano”. Por lo que estas nuevas corrientes, pueden ser muy útiles por la puesta en valor de los alimentos en su lugar de origen aprovechando la cultura viva de los pueblos alrededor de su ruralidad.

El alojamiento rural la tercera pieza identificada en esa “familia” de negocios agroturísticos, este se caracteriza por ser la imagen externa del producto, inclusive se lo ha llegado a observar como parte emblemática del producto turístico rural (Martínez, 2013). Hay que tener en cuenta que un porcentaje importante del presupuesto de un visitante va dirigido hacia el lugar donde va a hospedarse, así mismo la calidad del servicio del mismo jugará un papel muy importante.

Los servicios complementarios se transforman en una oportunidad de negocios, es tan amplia la variedad de servicios que se pueden ofertar que se vuelve imposible generar una clasificación de los mismos (Aldo, 2009), el rango de acción de estas tipologías de servicio por lo general va orientado a la ocupación del tiempo libre dentro de los productos, puede ir desde acompañar en alguna caminata a algún turista, hasta realizar algún tipo de deporte no convencional en el área visitada. Es aquí donde la canalización de micro emprendimientos debe ser bien controlada dentro de pequeñas comunidades, para incentivar la asociatividad y evitar la competitividad desbordada mediante emprendimientos repetitivos.

El nivel de complejidad se encuentra en derribar ciertos paradigmas mentales relacionados a la identidad cultural local, la misma que muchas veces se resiste al cambio de esquemas. Es en ese momento donde la socialización de las ideas juega un papel preponderante, el involucramiento desde el inicio del proceso de implementación, según Rivera y Pavez (2012) mediante su propuesta de gestión de proyecto en comunidades, una etapa muy importante en el proceso radica en el involucramiento. Entonces antes de empezar cualquier paso de implementación se necesita hacer parte del proyecto a las comunidades locales mediante una dirigencia activa y con liderazgo, la cual sea el nexo entre los pobladores y el proyecto.

La relación existente entre la cultura local y el turismo rural, es muy importante tenerla clara, la cultura juega un rol preponderante dentro de la concepción del turista, al ser una modalidad vivencial, la cultura forma parte del producto turístico final, por lo que los recursos naturales no se separan de los culturales en orden de importancia, teniendo estos últimos una relación indisoluble entre la ruralidad y su patrimonio cultural (Rodríguez, 2016).

Teniendo claro estos parámetros de asociación entre las modalidades de turismo rural y la cultura, a partir de esta simbiosis se ha generado una serie de alternativas de desarrollo. Según Barrera (2009) una alternativa de desarrollo son las rutas alimentarias quienes vinculan no solo la gastronomía, sino, también dan preponderancia al agricultor, como un ejemplo en 1999 el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) lanzó el proyecto de rutas alimentarias en Argentina. La finalidad del mismo estaba orientada a potenciar el consumo local de productos agrícolas por parte de los pobladores y visitante. Esta se convirtió a su vez en una estrategia de promoción de destinos para el turismo interno como en el extranjero teniendo como un claro ejemplo “La ruta del vino”.

Otra de las oportunidades de la puesta en valor del agroturismo nace a partir de la creación de paisajes culturales. Esta es una de las clasificaciones pertenecientes a la UNESCO. La misión de estos paisajes es la de generar una relación entre los componentes naturales, culturales e inmateriales, de manera que se dé un uso adecuado de los componentes en un determinado lugar. Las formas de agricultura autóctonas, en el caso del café de Colombia, ha logrado potenciar este destino agroturístico, obteniendo la declaratoria UNESCO en ese rubro.

Para concluir este apartado podríamos decir que el agroturismo se transforma en la “modalidad artesanal” del turismo. Es una modalidad de muy bajo impacto que se da en áreas rurales, de manera que se la puede incluir dentro de las modalidades alternativas y se la encasilla puntualmente en el turismo rural. Sus productos dependen de la actividad agro productiva del lugar, por lo que directamente la actividad agroturística crecerá dependiendo de la cadena de producción agrícola a su alrededor; el agroturismo viene a ser una consecuencia del buen uso de la cadena de valor que se genere alrededor de productos específicos.

Paisajes culturales como destinos sostenibles

La UNESCO definió paisaje cultural como aquellos lugares en los que el efecto de la acción humana en el medio natural ha configurado una cultura interdependiente para su subsistencia. El paisaje cultural supone un concepto complejo, que necesita una aproximación multidisciplinar para comprender la huella sobre el territorio generada por el ser humano, y requiere para su sostenibilidad comprender qué beneficios sociales, económicos y ambientales puede aportar a la comunidad (Gómez 2010).

La complejidad para delimitar a nivel conceptual el término de paisaje cultural plantea dificultades como objeto de investigación de la actividad turística. Sin embargo, la relación de efecto entre ambos es patente dado que el paisaje se ve alterado al recibir turistas, bien sea por la acción de estos en sus consumos de recursos, bien por las nuevas dinámicas que implica en la población el ingreso económico condicionando usos y prácticas al turismo dando un nuevo sentido a su relación con el territorio (Miranda, 2006). La labor de empoderar a la población sobre el paisaje resulta fundamental para que la actividad turística contribuya a la sostenibilidad del mismo, Gómez (2015) alude a trabajar lo cultura, más allá de la incidencia de la planificación urbana o sectorial, para incrementar la conciencia ciudadana en relación con la conservación e importancia del paisaje en el desarrollo del turismo, incidiendo en educar sobre identificar la calidad del paisaje como un patrimonio propio que apreciar y compartir.

Las características de la Provincia de Manabí constituyen una experiencia de transformación de paisaje por la actividad humana, el proceso de intervención en base a actividades agrícola-ganaderas y piscicultoras construyó una cultura totalmente diferente a las otras presentes en el país y las recientes aperturas de infraestructura permiten recorrer parajes únicos. Ello, unido a la política del gobierno de no depender del sector productivo primario y apostar por el turismo como una forma alternativa de ingreso, comporta la posibilidad de analizar desde otra perspectiva el patrimonio inmaterial manabita; y como indican Eynali,y Noorabadi (2015) el turismo puede llegar a ser una actividad económica alternativa a las que en su momento dieron forma al paisaje.

Aprendizaje de casos

Declarados patrimonio inmaterial UNESCO el año 2011, los casos de la Serra Tramuntana (Mallorca, España) y el Paisaje Cultural Cafetero (Colombia) sirven para ilustrar destinos en los cuales, existiendo un reconocimiento internacional UNESCO, se pretende dinamizar un desarrollo turístico asociado a entornos donde anteriormente la interacción humana con la naturaleza se centró en la producción de un monocultivo o tenue industria.

En el caso español, la Serra Tramuntana cuenta con la ventaja de estar en la isla de Mallorca, destino que atrae desde los años 60 un volumen de turistas, mayormente de sol y playa, que el año 2016 alcanzó la cuota de 9 millones de visitantes, y en el cual sin embargo posicionar un nuevo ámbito como el paisaje cultural de montaña requiere una estrategia diferencial y un diseño de imagen alternativo dado que Mallorca tiene una fuerte asociación con costa y estacionalidad de verano. La zona declarada patrimonio inmaterial posee fincas agrícolas en las cuales hace décadas que el rendimiento de la producción y comercialización de aceite de oliva no es sostenible y no permite el mantenimiento del paisaje tradicional dados los costes que conlleva,

por cuanto en cambio la reconversión en fincas de ecoturismo de alto nivel permite preservar la actividad agraria que conforman el paisaje, aportando un valor añadido a los productos típicos artesanales.

La zona geográfica que comprende el Paisaje Cultural Cafetero inicia en posición privilegiada el desarrollo turístico en el contexto colombiano tras la firma de acuerdos de paz y la relevancia mediática a nivel mundial. En el caso cafetero, el posicionamiento del producto se facilita por un reconocimiento internacional asociado a las campañas publicitarias entorno al café de Colombia, lo cual permite un asocio de imagen previo a otras iniciativas respecto a la promoción turística. Trabajos desde la academia persiguen sensibilizar respecto al valor paisajístico al tiempo que empoderar a la población respecto a una mirada diferencial sobre el terreno que conforma la tradicional actividad agraria frente a un nuevo modelo económico en torno a dar a conocer su territorio (Gómez, 2015).

Ambos casos pueden suponer un referente para la provincia de Manabí, en la medida que el proyecto actual de diagnóstico tenga presentes los aprendizajes generados en Colombia y España a fin de incorporar metodologías y reflexiones desde antes de postular a ser reconocidos por la UNESCO, hasta los procesos de gestión posterior.

Realidad turística en Manabí

La provincia de Manabí, situada en la costa pacífico de Ecuador, posee una gran diversidad de recursos naturales y culturales, que a nivel de país le han proporcionado un reconocimiento turístico de su área litoral y playas, mientras que la zona interna muestra un desarrollo turístico incipiente (Félix y Doumet, 2016). Tradicionalmente, la provincia socio-económicamente ha sido un inmenso campo productivo en base al sector agrícola y ganadero en el interior, y camaronero en la costa. La explotación turística sería cronológicamente novedosa, al tiempo que por la nueva constitución de Montecristi (ANC, 2008) los nuevos planes de desarrollo (Senplades, 2013) abogan por cambio de política económica que transite de un modelo de explotación del sector primario a otro basado en las características culturales y medioambientales lo que permita el desarrollo de servicios como los derivados del turismo.

El 16 de abril del 2016 (16A-2016) las provincias de Manabí y Esmeraldas en el pacífico ecuatoriano fueron devastadas por un terremoto de magnitud 7.8 cuyas consecuencias de acuerdo a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo fueron: 663 fallecidos, 12 desaparecidos y 80.000 desplazados. Así como afectaciones en: 13.962 viviendas y edificios públicos del área urbana, 15.710 viviendas y edificios públicos del sector rural, 875 escuelas, 51 establecimientos de salud, 83 km. de vías.

Los impactos en un destino turístico después de un terremoto dependen de la magnitud del mismo, pero más allá del dato objetivo inciden en la percepción de seguridad generada por la cobertura informativa y el tipo de turismo característico del lugar donde aconteció (Mendoza, Brida y Garrido, 2012). Esto se vincula con el temor que se genera en la demanda tras la imagen transmitida mediante la cobertura de medios del acontecimiento, obligando no solamente a la reconstrucción física, sino a recobrar rápidamente la confianza en el destino.

Para poder contribuir con la actividad turística y su imagen deteriorada, se generó una red universitaria entre las Facultades de turismo de Manabí, cuya primera acción fue presentar un proyecto que contribuya a generar una línea base de estado sobre la cual se pueda realizar una gestión adecuada de los recursos. El propósito principal es diagnosticar la situación actual del sector turístico en los principales destinos de la provincia Manabí afectados por el terremoto del 16A-2016 como base para la determinación de lineamientos estratégicos y la toma oportuna de decisiones en la planificación de destino.

Desarrollo metodológico

El proyecto, siguiendo la experiencia de Padurean (2010), se aborda desde la investigación acción participativa (IAP) la cual constituye un modelo de investigación que sumerge el proceso de búsqueda de conocimiento en la realidad que envuelve a la universidad, implicando a los actores en el proceso de reflexión y descubrimiento conjunto de aspectos obviados en la investigación tradicional desde las ciencias sociales al abrir espacio a agentes de la sociedad que directa o indirectamente resultan beneficiarios. En esta línea de argumentación, Martí Noguera, Martínez Salvá, Martí-Vilar y Marí Mollà (2007) plantearon la RSU como un valor que requiere de una metodología participativa para que mediante el diálogo y la negociación entre la ciudadanía se identifique una propuesta, la cual a través de una concertación y planificación dinamice a las instituciones. La IAP tal como refieren Ortiz y Borjas (2008) debe permitir acortar las distancias existentes entre la teorización desde la praxis educativa y lo que ocurre en la práctica cotidiana, la academia puede, y debe, ser parte de los procesos en curso para fortalecerlos desde la investigación que redunde en beneficio de la sociedad y la formación que imparte.

En procesos de cambio social, desde la base, la introducción de la IAP parte del modelo propuesto por Martí Olivé (2000) del cual se adoptan las etapas y fases de investigación expuestas en la tabla 1, y que de las que el presente artículo ofrece una exposición hasta el finalizar la primera etapa.

CUADRO 2: ETAPAS Y FASES DE UNA INVESTIGACIÓN ACCIÓN PARTICIPATIVA (IAP).

Etapa de pre-investigación: Síntomas, demanda y elaboración del proyecto.
<ol style="list-style-type: none">0. Detección de unos síntomas y realización de una demanda (desde alguna institución, generalmente administración local) de intervención.1. Planteamiento de la investigación (negociación y delimitación de la demanda, elaboración del proyecto).
Primera etapa. Diagnóstico.
Conocimiento contextual del territorio y acercamiento a la problemática a partir de la documentación existente y de entrevistas a representantes institucionales y asociativos.
<ol style="list-style-type: none">2. Recogida de información.3. Constitución de la Comisión de Seguimiento.4. Constitución del Grupo de IAP.5. Introducción de elementos analizadores.6. Inicio del trabajo de campo (entrevistas individuales a representantes institucionales y asociativos).7. Entrega y discusión del primer informe.
Segunda etapa. Programación.
Proceso de apertura a todos los conocimientos y puntos de vista existentes, utilizando métodos cualitativos y participativos.
<ol style="list-style-type: none">8. Trabajo de campo (entrevistas grupales a la base social).9. Análisis de textos y discursos.10. Entrega y discusión del segundo informe.

11. Realización de talleres.
Tercera etapa. Conclusiones y propuestas.
Negociación y elaboración de propuestas concretas.
12. Construcción del Programa de Acción Integral (PAI).
13. Elaboración y entrega del informe final.
Etapa post-investigación: Puesta en práctica del PAI y evaluación. Nuevos síntomas.

FUENTE: MARTÍ OLIVÉ, J. (2000)

En primer lugar se aborda la fase de pre-investigación, origen de la necesidad de formular una investigación participativa, a qué obedece. Seguidamente se enlaza con la fase 1 de modo que ofrece una perspectiva inicial de la construcción de un modelo de investigación que transforma las relaciones entre la universidad y las entidades vinculadas al desarrollo del ecoturismo en la provincia. Indicamos desde un primer momento la palabra “transformación”, porque si bien cada institución cumple desde un principio con su responsabilidad social, al descubrir por medio del proceso participativo nuevas formas de interactuar se dan los pasos necesarios para una metamorfosis de las dinámicas y una apertura a un nuevo concepto del desarrollo del ecoturismo como motor de desarrollo económico bajo un prisma de ser responsable con el medioambiente y la sociedad.

Conclusiones

El turismo en Manabí debe tomar otra orientación debido a la catástrofe ocurrida el “16 A” que afectó en su mayoría a los destinos de sol y playa, dejando con esto una escasez de productos turísticos en el mercado, los mismos que deben ser suplidos para conservar la demanda de la provincia, debido a que es una de las más importantes del país.

Las modalidades turísticas como lo es el eco turismo, el turismo rural y el agroturismo, son oportunidades ideales para suplir la carencia de productos turísticos en la zona, debido a las características geográficas y productivas de la misma, aprovechando los recursos no solo turísticos, también los productivos del medio para generar una experiencia turística de calidad.

La metodología participativa propuesta puede ser aplicada en diferentes ámbitos del desarrollo turístico, entrelazando actores privados, públicos, las universidades y las comunidades, generando espacios de intercambio de opiniones que permitan la planificación y gestión adecuada de los territorios, especialmente en una actividad multidisciplinaria como el turismo.

Referencias bibliográficas

- Aldo, B; Bulak, G; Calegari, G, Calzavara, A; Contó, A; Piazza, V; Reckziegel, M; Schioppetto, V; Tuzinkievich, B. (2006). *Guía para el desarrollo del agroturismo*. Argentina. Unefam
- Asamblea Nacional Constituyente (ANC) (2008). Constitución de la República de Ecuador. Quito: Registro oficial.
- Barrera, E. (2013). Las condiciones de éxito en la construcción de las rutas alimentarias. *Revista Académica REDMARKA*. 6, 1, (21-49)
- Canales, A. (2009). *Estudio sobre Turismo rural en Honduras*. Tegucigalpa, Honduras: IICA- Programa.
- Eynali, T. y Noorabadi, F. (2015) Challenge cultural landscape with landscape cultural in the Historical context with emphasis on tourism (case study: Historical context of Gorgan), *International journal of biology, pharmacy and allied sciences*, 4, 12, (1354-1371)
- Félix, A., Doumet, Y. (2016). *Teoría y Práctica del turismo rural*. Ecuador. Abya Yala.
- Gómez, A., (2010). “El paisaje como patrimonio cultural, ambiental y productivo. Análisis e intervención para su sostenibilidad”. *Revista Kepes*, 7, 6,(91-106).
- Gómez, A. (2015). Modelo de diseño para la valoración y apropiación social del Patrimonio en el Paisaje Cultural Cafetero colombiano. *Revista Kepes*, 11, (117-138).
- Guerrero Velasco, A., Campón Cerro, A.M. y Hernández Mogollón, J.M. (2012). Aproximación al concepto de agroturismo a través del análisis de la legislación española en materia de agroturismo. En Turismo y sostenibilidad: V jornadas de investigación en turismo (33-54), Sevilla: Facultad de Turismo y Finanzas.
- Martí Olivé, J. (2000). “La Investigación-acción participativa: estructura y fases”, en Tomás Rodríguez Villasante, Manuel Montañés y Joel Martí. *La investigación social participativa. Construyendo ciudadanía / 1*. Barcelona: El Viejo Topo (pp. 73-118).
- Martí Noguera, J. J; Martínez Salvá, F; Martí Vilar, M; Marí Mollà, R. (2007). Responsabilidad social universitaria: acción aplicada de Valoración del bienestar psicológico en personas adultas mayores institucionalizadas. *Revista Polis*, 18. Recuperado de: <http://polis.revues.org/4161>
- Martínez, F. (2013). *Alojamiento turístico rural, Gestión y comercialización*, España, Síntesis.
- Miranda Román, G. (2006). La participación del turismo en la modificación del paisaje cultural de Malinalco, Estado de México. *Revista de turismo y patrimonio cultural Pasos*, 4, 2, (201-211)
- Millán, G., Morales, E., Pérez, L. (2014). Turismo gastronómico, denominaciones de origen y desarrollo rural en Andalucía. Situación actual. *Boletín de la asociación de geógrafos españoles*: 65 (113-137).
- Ortiz, M. & Borjas, B. (2008). *La Investigación Acción Participativa: aporte de Fals Borda a la educación popular*. *Espacio Abierto*, 17(4) 615-627. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12217404>
- ONU. (1987). Nuestro futuro en común. Recuperado <http://www.upv.es/contenidos/CAMUNISO/info/U0506189>
- Padurean, L. (2010). “*Destinations dynamic – A Management and Governance Perspective*”, Tesis Doctoral- Univesità della Svizzera Italiana, Lugano.
- Rivera, F., Pavéz, C. (2012). *Planificación y gestión del ecoturismo comunitario con comunidades indígenas*, Chile: WWF
- Rodrigues, E. (2016). A aliança indissociável entre o turismo cultural e o turismo em espaço rural na Madeira, *Tourism & Management Studies*, 12, 2, (70-77)
- Sanchez, j., Cebrián, F. (2015). Turismo de naturaleza en áreas protegidas de Mexico; una propuesta de conservación, aprovechamiento y desarrollo local en el Nevado de Toluca. *Cuadernos de turismo*: 36 (339-365)
- Sandoval S, Ewald R. 2006. *Ecoturismo. Operación técnica y gestión ambiental*, México, Trillas.
- SECTUR. (2004). *Turismo alternativo, una nueva forma de hacer turismo*. Mexico: Secretaria de turismo de mexico.
- Secretaría Nacional de Planificación y desarrollo [Senplandes] (2013). *Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito: SENPLADES.
- Zamorano, F. (2007). *Turismo alternativo: servicios turísticos diferenciados, animación, turismo de aventura, turismo cultural, ecoturismo, turismo recreativo*. México. Trillas

Productos turísticos fronterizos y sus limitaciones: caso Ecuador–Perú

Melissa Paulina Calle Iñiguez

Universidad Técnica de Machala

mpcalle@utmachala.edu.ec

Resumen

La presente investigación tiene como propósito identificar las limitaciones de los productos turísticos que inciden en la competitividad turística en la frontera sur del Ecuador (Arenillas - Huaquillas) y en la frontera norte del Perú (Aguas Verdes - Zorritos). Las hipótesis señalan que los productos turísticos si desarrollan la competitividad en la frontera sur de Ecuador y norte Perú. El diseño de la presente investigación es de tipo descriptivo propositivo con pre test – post teste y grupo de control, la muestra corresponde a los pobladores situados en la frontera Perú y Ecuador. Los instrumentos que se utilizaron fueron encuestas. Las principales conclusiones demuestran la existencia de atractivos turísticos potenciales para desarrollar productos turísticos capaces de generar competitividad turística en la región, a su vez para obtener este resultado es necesario que las instituciones tanto locales, regionales y departamentales de ambos países deben entablar un proceso en el mejoramiento de la zona de la frontera para el fomentar el desarrollo turístico.

Palabras claves: Zona fronteriza, Atractivos turísticos, Planta turística e infraestructura turística.

Abstract

This research aims to identify the limitations tourism products that develop competitiveness in the southern border of Ecuador (Arenillas - Huaquillas) and on the northern border of Perú (Green Water - Zorritos). The assumptions indicate that tourism products if they develop competitiveness on the southern border of Ecuador-Peru and northern. The design of this research is descriptive purposing with pretest - post teste and control group, and sample corresponds to the settlers located in Peru and Ecuador border. The instruments used were surveys. The main findings show the existence of potential interest to develop tourism products capable of generating tourism competitiveness in the region turn to obtain this result it is necessary that as many local, regional and departmental institutions of both countries must engage in a process improving border area to thereby integrate the tourist attractions.

Keywords: Border area, tourist attractions, tourist plant end tourist infrestructure.

Introducción

Las fronteras del norte del Perú y sur del Ecuador poseen características potenciales para el fortalecimiento del turismo, pero no se ha logrado un desarrollo armonioso en estas zonas fronterizas. Sin embargo, se han realizado esfuerzos encaminados hacia un trabajo conjunto, es así que se ha firmado el proyecto de Fronteras Abiertas, en el cual se define líneas de acción encaminadas gestión de los recursos naturales y al sistema en red de turismo rural integrado, para lograr el desarrollo socioeconómico, humano, armónico, sostenible e integral del área de frontera. No obstante, no se ha podido establecer una planificación y gestión de la actividad turística que se fundamente en productos turísticos fronterizos, si bien se han realizado actividades aisladas vinculadas a la temática (por ejemplo reuniones binacionales) no existe una identificación de los mismo y no se han determinado que tipo de limitaciones que tiene la actividad turística y como inciden en la competitividad de la zona fronteriza. (Red Interregional para la Cooperación Transfronteriza y de Integración Latinoamericana, 2011)

A través de la observación directa como un el sondeo con las población local y el análisis de información bibliográfico, se identificó como problemática sociales que las zonas fronterizas estudiadas, que afectan a

los habitantes que radican en la frontera; se puede mencionar a la elevada extensión longitudinal de la frontera Ecuador-Perú (1,675.4 km), y su amplia zona amazónica con dificultades de acceso y limitados servicios básicos en algunos sitios de la fronteriza, el contrabando de productos subvencionados en Ecuador (gasolina, derivados del petróleo) y los productos textiles, electrónicos y alimenticios del Perú, lentos controles burocráticos migratorios en la frontera, como una inadecuada organización en la infraestructura económica- social, lo que provoca actividades productivas desarticuladas en el mercado, sumándose a esta situación el aislamiento de las zonas rurales. Con los antecedentes expuestos se propone el siguiente problema científico: ¿Cómo inciden las limitaciones en los productos turísticos en la frontera sur de Ecuador (Arenillas – Huaquillas) - y norte Perú (Aguas verdes – Zorritos)?.

Resulta necesario determinar las limitaciones que presentan los productos turísticos en las fronteras de norte del Perú y sur de Ecuador. Considerado que las tendencias sobre las modalidades de turismo han ido evolucionando rápidamente, por ello la innovación sobre productos turísticos es necesaria, la cual debe basarse en la competitividad y el desarrollo sostenible en una zona determinada. (López, s.f)

Contextualizando que el producto turístico, está conformado por los atractivos turísticos sean estos naturales, artificiales o culturales, asimismo se entiende por facilidades a toda la planta turística como el sector de alojamiento, alimentos y bebidas, entretenimiento y diversión, agencias de viajes, rentar car, finalmente en lo referente a la accesibilidad conformada por los medios de transporte de los diferentes tipos “ avión, barco, tren” y las medios para que estos medios de transporte turístico funcionen óptimamente. (Cárdenas Tabares, 1986)

Para generar productos turísticos en el territorio, se debe comprender que están conformados por tres elementos básicos, como son: Atractivos turísticos, Planta turística, Infraestructura turística, razón por lo se debe analizar y evaluar el estado estos elementos en la zona. A través de metodología para jerarquización de atractivos turísticos, se evalúa las características propias del atractivo, tales como: valor intrínseco, extrínseco, su valor de conservación y además características del entorno o territorio, considerando elementos como: la accesibilidad e infraestructura y planta turística que está alrededor del mismo. (Calle Iñiguez, 2016, pp. 25-26)

Cada uno de los elementos que conforma el producto turístico debe ser evaluado, con el propósito de determinar el grado de potencialidad que tendrían en la actualidad, es por ello que se debe comprendiendo las particulares de cada uno, considerando que en lo referente a los atractivos turísticos existen un nivel de jerarquización en escala de 1 a la 5, los mismos que presentan características específicas, los cuales indica:

– *‘Jerarquía I: Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que*

igualmente

forman parte de los recursos turísticos como elementos que pueden complementar a otros de mayor escala en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

– *Jerarquía II. Atractivo 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 actuales o potenciales y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

– *Jerarquía III: Atractivo con 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.

–Jerarquía IV: *Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo*

de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial” (Calle Iñiguez, 2016, p. 23)

Asimismo, a planta turística está conformada por los sectores de hospedaje, alimentos y bebidas y recreación, cada uno de estos sectores de prestación de servicios tiene sus particulares, los cuales suelen estar normado bajo marco legal de cada país, no obstante estos marco legales se sustentan en teorías y estandarizaciones de prestación se servicios de acuerdo a normas internacionales.

El sector de hospedaje está conformado por diferentes establecimientos, es por ello que el Reglamento General de actividades turísticas del Ecuador, con Decreto Ejecutivo 3400, se especifica que “ los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios” complementarios. (Reglamento General de Actividades Turísticas, 2001, p. 1) Con ello se clasifica a los establecimientos de alojamiento en dos grupos, los cuales son: establecimientos hoteleros y establecimientos extrahoteleros, para cada uno de los grupos se establece un subgrupo. Para una mejor ejemplificación se la gráfica en el siguiente cuadro:

TABLA 1. CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS HOTELEROS

	Sub grupo	Establecimiento	Nomenclatura	Categoría (estrellas)
GRUPO 1: Alojamientos Hoteleros	Subgrupo 1.1: Hoteles	Hotel	H	5 A 1
		Hotel residencia	HR	4 A 1
		Hotel apartamento	HA	4 A 1
	Subgrupo 1.2: Hostales y Pensiones	Hostal	HS	3 A 1
		Hostales residencias	HSR	3 A 1
		Pensión	P	3 A 1
	Subgrupo 1.3: Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas	Hostería	HT	3 A 1
		Moteles	M	3 A 1
		Cabañas	C	3 A 1
GRUPO 2: Alojamientos Extrahoteleros	Subgrupo 2.1: Complejos Vacacionales	Complejos vacacionales	CV	3 A 1
		Campamentos turísticos	silueta de una carpa	3 A 1
		Apartamentos	AP	3 A 1

Nota: solo el subgrupo de hoteles posee estrellas de color dorado, el resto de categorías sería plateadas.

FUENTE: (REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS, 2001)

Para la clasificación de este tipo de establecimientos se ha establecido requisitos obligatorios para cada una de las categorías, el cual se valoriza aspectos tales como: infraestructura, servicios, áreas comunes, equipamiento de habitaciones, calidad prestada, aspectos ambientales, entre otro. Asimismo, para los establecimientos de alimentos y bebidas se normas técnicas referenciales para permiten determinar la categorización de los establecimientos.

En lo referente al elemento de infraestructura está compuesta por servicio de transporte turístico, accesibilidad, señalización vial y turística como también comunicación, sanidad y energía eléctrica, estos los elementos son los servicios básicos que posee la zona o localidad.

Los elementos que conforman los productos turísticos deben ser innovadores, fundamentados en nuevas ideas, que permitirá aumentar la demanda turística, todo ello articulado a un desarrollo sostenible de zona fronteriza, puesto a que es necesario crear mecanismos que aumenten la competitividad, la sostenibilidad y la excelencia de los productos turísticos en la zona de frontera, la cual está caracterizada por sus propias realidades y necesidades, considerando que la actividad turística se desarrolla en un ambiente cambiante, donde la tecnología aporta un gran conocimiento. (López, s.f)

El objetivo general de la presente investigación radica en la determinación de las limitaciones de los productos turísticos fronterizos que inciden en la competitividad, con la finalidad de poder desarrollar propuestas sobre integración fronteriza en el ámbito de desarrollo turístico sostenible, aportando al progreso de las zonas a través de la dinamización de la economía, generación de fuentes de empleo y de esta forma proponer soluciones a los problemas sociales - económicos que posee la frontera de los países.

Metodología

El Objeto de la investigación se enmarca en el desarrollo turístico del Ecuador y Perú, limitando el Campo de acción a los productos turísticos, en zona fronteriza entre Ecuador y Perú. El tipo es descriptiva-propositiva, debido a que se estableció un diagnóstico situacional, con la finalidad de determinar el estado de los componentes de los productos turísticos con sus limitaciones, en función a los elementos que conforman el producto turístico, como son: atractivos turísticos, planta turística e infraestructura turística.

La zona de estudio correspondió a los cantones de Arenillas y Huaquillas de sur de Ecuador y distritos de Aguas Verdes y Zorritos del norte de Perú, es por ello que la población estuvo conformada por los pobladores de la zona fronteriza, entre ellos personas de ambos sexos y de distintas profesiones, relacionados directa e indirectamente con la actividad turística. Además, cabe precisar que el muestreo es de tipo no probabilístico, debido a que se realizó una selección en función de su accesibilidad o a criterio personal e intencional de la investigación.

Las técnicas empleadas para el trabajo de campo fueron: encuesta, la ficha de observación y la entrevista, sujetas los diseños de investigación descriptivos. Con el propósito de tener una visión clara de la realidad de la zona y de determinar las limitaciones de los productos se aplicaron varios instrumentos metodológicos, los cuales estuvieron dirigido a diferentes sectores de la población, tales como: de tipo encuesta, para centro binacional de atención en frontera, para los comerciantes de frontera, para la pobladores con la finalidad de determinar percepciones de las relaciones ecuatoriano-peruanas y determinar el estado del trabajo infantil en la zona, de tipo ficha de observación para los comités de frontera peruano – ecuatorianos y de observación sobre integración vial. Y de tipo entrevista dirigida a los prestadores de servicios turísticos de la zona de estudio.

Resultados

Con la finalidad de identificar las limitaciones que tiene la zona fronteriza en función a los productos turísticos, se determinó varios sectores vinculados directa e indirectamente con la actividad turística, los cuales son: Comercio en la zona de frontera, la percepciones de las relaciones ecuatoriano-peruanos, registro sobre integración vial, trabajo infantil en la zona y aspectos del sector empresarial turístico, opiniones de los turistas y de los residentes de la zona y estado de los atractivos. Lo cual permitió obtener los a los siguientes resultados:

1. Comercio en la zona fronteriza.

En las zonas fronterizas de qué norte de Perú (Aguas Verde – Zorritos) y sur de Ecuador (Huaquillas – Arenillas), es la localidad donde se desarrolla una actividad comercial, principalmente en el zona de Aguas Verdes, comercializando productos textiles de la zona de Perú, los mismo que presentan una ventaja

económica en función al precio con respecto a la producción textil de Ecuador, no obstante existen limitaciones en la zona fronteriza que condicionan el desarrollo comercial y la productividad, entre los que se pudo determinar están:

- La presencia de la corrupción, es así que el 99% de los encuestados afirmó la existencia de contrabando en las zonas fronterizas, considerándolo como un aspecto negativo debido a la evasión impuestos, ya que se da contrabando de productos textiles del Perú y productos derivados del petróleo (gasolina y gas) en Ecuador, el mismo que forma parte de vivir diario de los habitantes de la localidad y se puede observar esta actividad fácilmente.
- La desorganización urbanística que presenta la zona causando malestar, inseguridad y la mala imagen del área comercial ante las personas que acuden a realizar compras en el lugar. Falta de apoyo entre los gobiernos en función de planificación integral, que busque el desarrollo local de zona fronteriza.

2. Obstáculos que se presentan en el comercio binacional

Más del 50% del total de encuestados afirma no tener conocimiento acerca de la existencia de los Centros Binacionales de Atención de Frontera, ni mucho menos de las funciones de los mismo. Aspectos que me son preocupantes, debido a la informalidad de la movilidad de las personas que se en la zona fronteriza.

GRÁFICA 1: CENTROS BINACIONES DE ATENCIÓN FRONTERIZA



FUENTE: TRABAJO DE CAMPO 2016

ELABORADO: AUTOR

Respecto al 41.67% de las personas que si tienen conocimiento, señalan que entre sus principales funciones resaltan las siguientes: Control de movimiento migratorio, Agro calidad, prestan servicios de sacar tarjeta andina. Muchos de los encuestados, señalan que la administración de los Centros Binacionales de Atención de Frontera debe estar a cargo, ya sea de personas capacitadas y aptas para tomar altos cargos, el Ministerio de obras públicas, el Municipio, o establecer una administración que esté a cargo de ambos países (Perú-Ecuador).

3. Percepciones de las relaciones ecuatoriano-peruanos.



Fuente: trabajo de campo 2016

Elaborado: Autor

Aproximadamente uno de cada tres encuestados señala que las relaciones entre ecuatorianos y peruanos es buena, enfatizando que se da una relación comercial y turística. Como aspectos negativos se identifica la poca interacción entre los gobiernos, debido a que cada gobierno trabaja independientemente, ocasionando un entorno desarticulado y desordenamiento territorial y ello se ve reflejado en los problemas sociales que aquejan a las fronteras pero que son abordados desarticuladamente. Además, se debe considerar que esta zona fronteriza fue zona de conflicto velico, lo cual ha dejado secuelas que se ve reflejado en problemas sociales, a pesar de proceso de paz que se vive actualmente en localidad.

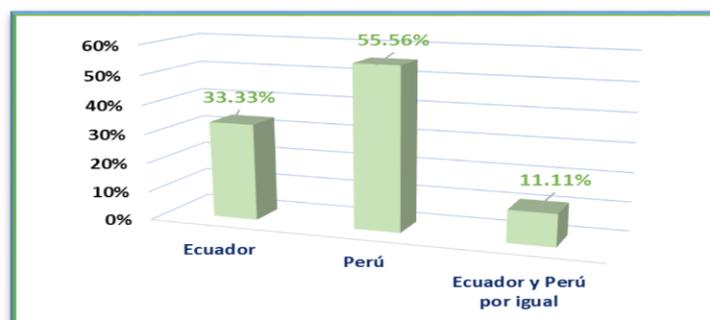
4. Registro sobre integración vial.

Es importante mencionar de las carreteras principales en la zona fronteriza, es decir la vía de accesibilidad panamericana se encuentran en buen estado, no obstante, las vías de accesibilidad secundarias y terciarias están en mal estado, esto limita a los productos turísticos debido que es precisamente en vías secundarias donde se encuentra ubicados la mayor parte de atractivos turísticos y a esto se suma la ausencia de señalización vial y turísticos.

Además, se puede señalar que estas vías de comunicación no son 100% usadas, ya que entre los principales problemas resaltan la falta de cuidado de la infraestructura, y la poca accesibilidad a los lugares, significando una baja seguridad para los turistas, transformándose de esta manera en un bajo número de visitantes. Sin embargo, la población muestra una percepción positiva respecto a una posible integración vial total en la zona frontera, resaltando la generación de mayor comercio y turismo para ambos países.

a. Trabajo infantil en la zona

GRÁFICA 3. FRECUENCIA DE TRABAJO INFANTIL



FUENTE: TRABAJO DE CAMPO 2016

ELABORADO: AUTOR

Limitaciones de carácter social en la zona fronteriza, uno de ellos es la existencia de trabajo infantil, es alarmante los resultados de esta investigación ya que indican que tres de cuatro encuestados afirmaron la existencia de trabajo infantil la zona Fronteriza. Esta situación negativa muestra que de acuerdo al total de encuestados, más de la mitad señaló que es en el Perú donde se presentan las mayores incidencias de trabajo infantil.

Los Rango de edades de los niños que trabajan, uno de cada dos encuestados señala que la mayoría de los niños que trabajan tienen edades entre los 8 a 12 años, mientras que uno de cada tres, afirma que hay niños menores de 8 años que trabajan en las calles.

5. Atractivos turísticos

TABLA 2: JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Zona de Estudio	Jerarquía I	Jerarquía II	Jerarquía III	Jerarquía IV
	4	14	1	0

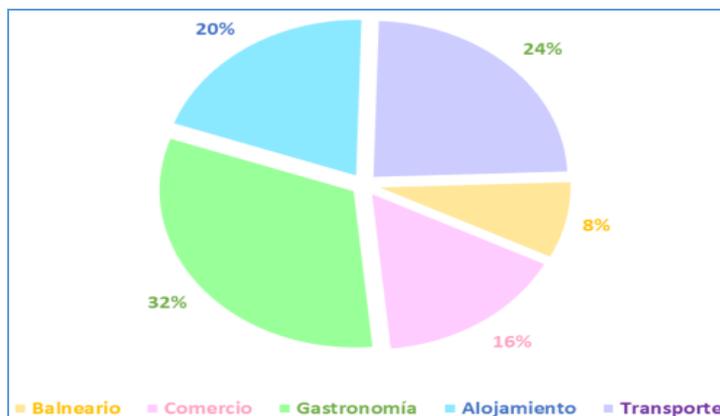
FUENTE: TRABAJO DE CAMPO 2016

ELABORADO: AUTOR

La principal limitación que se encuentra en la zona sobre los atractivos turísticos es el estado de conservación, lo que ha dado que más del 90% esta jerarquía I y II, lo cual denota la ausencia de desarrollo turístico. Aspectos como la limitada accesibilidad, conservación de los atractivos son los factores que han intervenido para el resultado de jerarquización.

6. Sector empresarial turístico

GRÁFICA 4. ACTIVIDADES Y PRESTACIONES DE SERVICIOS TURÍSTICOS.



FUENTE: TRABAJO DE CAMPO 2016

ELABORADO: AUTOR

En la zona fronteriza se da una variada prestación de servicios turísticos, siendo la principal actividad la de la gastronomía con una participación del más del 30%. En lo referente demanda de servicios turísticos se pueden mencionar algunos puntos que han sido considerados limitaciones o problemas por los que atraviesa la localidad, ya que obstaculizan el desarrollo turístico, tales como:

- Temporalidad turística prolongada, de acuerdo a los resultados obtenidos se exponen que el mes con mayor actividad turística es diciembre, seguido de noviembre, por lo que se

podría decir, que es a fines de año, donde al parecer hay mayores incentivos para viajar y realizar actividades turísticas y sobre todo compras.

–En los aspectos económicos la población afirma que se nota la los bajos ingresos y el aumento del desempleo por falta de fuentes laborales, ello también reflejado en el ámbito turístico.

–En el sector de comercio también se dan algunas ilimitaciones según los habitantes de localidad, como son la escasa publicidad la zona, las ventas bajan sobre todo por la temporalidad, y existe mucha competencia ya que no hay innovación en productos y servicios que se ofertan en la zona.

–En lo que respecta al sector turístico se da una ausencia de planificación integradora en la zona, que tenga como propósito el fomento y progreso del desarrollo turístico fronterizo.

–Con respecto al sector empresarial de la industria turística de la zona, uno de cada cinco encuestados señala que generalmente cuentan con cuatro personas que le brindan apoyo en el trabajo, y teniendo como máximo a una persona que llega a contar con treinta y una personas a su cargo.

–Según los prestadores de servicios turístico no existe desarrollo de actividades en conjunto con otras empresas, es así casi tres de cada cuatro de los encuestados señalan que no hay ninguna institución que representa sus intereses empresariales en la zona fronteriza, sin embargo hay un pequeño grupo que resalta la participación del Ministerio de turismo, del sector tecnológico, o de otros profesionales de su sector.

–Las empresas turísticas son en la mayor parte pymes, y los gerentes manifestaron que los trabajadores no reciben capacitaciones constantes, sobre todo el talento humano que laborar en el sector operativo de la industria turística, debido los constante cambios de sus empleados, dificulta llevar a cabo esta inversión y lo considera un gasto según los propietarios o administradores en las empresas.

– Además casi la totalidad de los encuestados considera que se debería realizar algún tipo de ajuste en la calidad de los servicios que brinda su empresa, con la finalidad de mejorar su demanda.

–La inseguridad y la delincuencia como baja productividad y escasos fuentes de empleo, desaprovechamiento del potencial turístico, problemas de sanidad e higiene en de localidad son problemas que está perjudicando el desarrollo turístico en la zona fronteriza.

7. Turistas

Se pueden señalar una serie de opiniones respecto a las perspectivas que tiene los turistas acerca del turismo en sus localidades, se han distinguido posiciones positivas y negativas:

En el aspecto positivo esta que el turismo ayuda el mejoramiento económico de la población, el desarrollo del turismo cada día mejora y aumenta la demanda de comercio de la zona ya que existen precios bajos.

–Los aspectos negativos tales como: limitado desarrollo y promoción de algunos lugares turísticos

ocasionando que el turismo no llega a la localidad, sino que la zona fronteriza se está convirtiendo en sitio de paso, ya que el turista se dirige a Máncora por lo general. Además fraudes a los cuales se pueden ver afectados los turistas, que son víctimas de agencias engañosas. Al no existir una lista de agencia autorizadas por la región del los lugares estudiados.

8. Análisis DAFO de la zona fronteriza.

A través del trabajo de campo y con el análisis de los resultados obtenidos en la investigación se determinó el siguiente análisis de la zona fronteriza, tomando como eje los productos turísticos y su incidencia en la competitividad de la zona.

Fortaleza

- Las cuatro zonas turísticas albergan características para fortalecer los productos turísticos desde tipo: ecoturismo – aventura en lo que respecta a la zona fronteriza de Ecuador y de sol y playa en zonas de Perú.
- Existencia de todos los servicios básicos, en ambas regiones de la frontera, lo que permite que con un adecuado estudio se pueda potencializar la zona con establecimientos aptos para los turistas que cotidianamente cruzan la frontera, ya sea por comercio o con otros fines.
- El circuito de playas existentes en la zona de zorritos, genera una gran demanda de turistas, que cada verano asisten para distintas actividades como el surf, pesca, fiesta, entre otros, por lo tanto, un producto turístico que debe fortalecerse es el Sol y playa.

Oportunidad

- Aprovechar las áreas naturales para potencializar el producto turístico de ecoturismo.
- Al darle el mantenimiento a puntos estratégicos en las zonas, como puertos y plazas se crea un ambiente, que permite sentirse más seguro y cómodo al turista de ver una ciudad ordenada.
- La poca intervención del estado regional o local, da oportunidad a que se creen propuestas que permita aflorar el turismo en toda la zona.
- Todas las vías de acceso no se encuentran en un estado óptimo, ya sea a carro o caminatas realizadas en los lugares de estado natural, ello permite que tanto el sector privado como el estado se organicen para crear proyectos de emprendimientos turísticos
- La demanda que genera el circuito de playas en la zona costa de zorritos, se puede aprovechar para incentivar a que los turistas exploren más los alrededores a través de tours con itinerarios acordes a las características del turista.
- El desarrollo turístico de zonas cercanas como Máncora, puede aprovecharse para promover para fortalecer el movimiento turístico hacia la zona.

Debilidades

- La gestión de las autoridades en la frontera, no cumplen adecuadamente su labor lo que ocasiona, contrabando y delincuencia.
- La salubridad es inapropiada en los establecimientos de alimentos, cercanos a la frontera.
- Los servicios básicos como agua, luz y alcantarillado no están implementados en todas las zonas, solo en algunas zonas del distrito.
- Insuficiencia en la implementación de servicio, no ofrecen un valor agregado lo que no genera mucho interés en adquirirlo.
- Falta de capacitación a los trabajadores y empresarios, encargados de realizar servicios para otro.
- No se han desarrollado estudio, que permita potencializar los productos turísticos de la zona ni que se gestione un desarrollo fronterizo integrador.
- La delincuencia existente alrededor de los productos turísticos y en general en la zona fronteriza.

–Contrabando e informalidad existente en la frontera en función al comercio.

Amenazas

- Vulnerabilidad ante desastres naturales por su cercanía al mar, en caso de zorritos.
- La intervención de la mano del hombre en los productos turísticos y potenciales como la tala, contaminación y el urbanismo.
- Contrabando e informalidad existente en la frontera
- Los fraudes a los cuales se pueden ver afectados los turistas, que son víctimas de agencias engañosas. Al no existir una lista de agencia autorizadas por la región de los lugares estudiados.

Discusión de resultados

En base a los resultados de las encuestas se obtuvo como uno de los puntos que el turismo en la frontera es afectada por distintos factores como la delincuencia ocasionada por el desempleo, a su vez el desorden, tugurización existente ocasionada por los comerciantes del lugar y la falta de coordinación de las autoridades regionales en trabajar por la seguridad de la zona de frontera, estos datos coinciden con los señalado por Rodríguez (2011) que desarrolló una tesis titulada *Análisis del proceso de priorización de las apuestas productivas consideradas estratégicas para impulsar la competitividad y la innovación en el Valle del Cauca, visto desde la perspectiva de las políticas públicas*, que obtuvo como principal conclusión de las condiciones requeridas para el alcance de la competitividad y la innovación son multifactoriales

Otro resultado similar, proviene del trabajo realizado por Combariza (2012) elaboró una tesis titulada *El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso municipio de la Mesa (Cundinamarca)*. Dicho trabajo de investigación fue presentado ante la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Colombia, para optar por el título de Magíster llegó a la conclusión de que el turismo rural no estaba contribuyendo al desarrollo sostenible de los habitantes de La Mesa, puesto que la actividad turística en el municipio de La Mesa no tenía una definición de propósito clara. Ello se puede asemejar a la situación que ocurre en zona fronteriza, ya que no hay una visión compartida por las autoridades de la frontera para establecer un lugar seguro, y con menor desorganización.

Es por ello, que estos resultados respaldan la decisión de seguir modelos con procesos que permitan el desarrollo en la región. De igual manera Cristina Varisco (2008) en su tesis de Maestría *Desarrollo turístico y desarrollo local: La competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa*, verifica en estas localidades la existencia de dos modelos de desarrollo turístico y un diferencial impacto en sus respectivos proceso de desarrollo local.

Ahora, esta intervención en desarrollar un turismo competitivo siguiendo modelos con un adecuado proceso, cuenta con una potencialidad a desarrollarse ya que tanto en las zonas Arenillas-Huaquillas al sur de Ecuador y Aguas Verdes Zorritos al norte de Perú, alberga atractivos turísticos con muy buenas características a ser potencializados, la presencia de diversas categorías de atractivos turísticos favorecen a originar circuitos turísticos que capten gran demanda de turistas, ello se puede plasmar en la investigación realizada por Álvarez, Aparicio, Becerra y Ruiz (2006) desarrollaron un trabajo de investigación titulado *Plan estratégico para el desarrollo de turismo de aventura en Lunahuaná 2006 – 2011* Una de las principales conclusiones a las que llegó el autor fue que el Perú es un país favorecido con variados parajes naturales, propicios para la práctica y el desarrollo del turismo de aventura, por lo cual se hace necesario acondicionar la oferta para ofrecer una experiencia inolvidable y lograr que el turista sea el principal difusor de dichos atractivos.

Concluyendo con esta discusión Sigrid Stefani (2006) en su tesis *Turismo alternativo de desarrollo de los pueblos y regiones del Perú, establece como principal conclusión que en Perú, cuenta con los suficientes recursos para poder desarrollar una actividad turística muy diversa en torno a ellos, pero a veces la falta de conocimientos hace que solo se ofrezca los destinos ya conocidos y se produzca de esta manera una sobreexplotación que muchas veces puede llevar al deterioro y pérdida de los mismos. Lo que nos permite corroborar que Perú cuenta con diversas categorías de atractivos turísticos y en base al estudio realizado a los atractivos turísticos de Ecuador, en las regiones estudiadas, también se obtuvo como resultado que cuenta con diversos atractivos turísticos, no obstante como menciona Sigrid Stefani, por la falta de la no difusión de todos los atractivos turísticos se genera que muchos de ellos sean olvidado y otros se deterioren por la sobrepoblación que recibe.*

Conclusiones

Los atractivos turísticos estudiados en la zona de Arenillas – Huaquillas al sur de Ecuador y norte Perú Aguas verdes – Zorritos, es posible establecer atractivos turísticos que generen competitividad, pero en la zona costera de Perú, Zorritos a pesar que los otros atractivos turísticos conserven una particularidad que hace posible generar diversas actividades para, diferentes tipos de turistas. Ello no es suficiente pues no solo es la característica interna que posee el sector turismo, sino las características externas como internas que hace posible generar un turismo competitivo, todo ello hace evidenciar que la zona tiene muchas limitaciones que inciden en el desarrollo turístico.

La planta turística y servicios establecidos en la frontera sur de Ecuador Arenillas- Huaquillas y norte de Perú Aguas Verdes – Zorritos, no sobresalen en la región para establecer un producto turístico que brinde un acondicionamiento adecuado a los visitantes. Producto de esta situación es el poco interés de los pobladores por el cuidado de sus recursos turísticos, la falta de capacitación a los dueños y equipo de trabajo de los establecimientos que brinden servicio al turista, el desorden existente en la frontera que genera un ambiente muy peligroso y coloca al turista a merced de la delincuencia y estafadores.

La accesibilidad y la infraestructura en la frontera Sur de Ecuador Arenillas- Huaquillas y norte de Perú Aguas Verdes – Zorritos, no es adecuada en todos los atractivos turísticos, ya que en su mayoría la infraestructura de los servicios básicos no están completo, y las rutas de acceso no cuentan con un adecuado sistema de señalización, situación que no favorece a una adecuada accesibilidad a todo turistas, siendo uno los lugares más perjudicados las que se encuentran en la frontera que presentan alto grado de congestión ocasionado por el comercio ilegal que ocurren cerca de las vías de acceso y los sitios naturales que aún no cuentan con servicios que permitan que cualquier turista pueda acceder a visitar el lugar.

Por último hay atractivos turísticos que conservan criterios de evaluación muy favorables para desarrollar en ellos un turismo competitividad sin embargo el estado de conservación y factores como las vías de acceso, la infraestructura, la seguridad, el contrabando existente en la frontera, la falta de capacitaciones a los prestadores de servicios, y la falta de identidad cultural hacia su respectiva región genera una conciencia en los pobladores no favorable al cuidado de los recursos existentes en los atractivos turísticos en la frontera sur de Ecuador Arenillas- Huaquillas y norte de Perú - Aguas Verdes – Zorritos.

Referencias bibliográficas

- Red Interregional para la Cooperación Transfronteriza y de Integración Latinoamericana. (2011). *PARADIPLOMACIA. ORG.* Obtenido de <http://www.paradiplomacia.org/noticias.php?lang=po&seccion=3¬a=15>
- López, E. (s.f). *Célula Inventa Turismo.* (N. Alfaro, Productor, & Gabriela Vásquez) Obtenido de Ministerio de Economía de El Salvador: <http://www.innovacion.gob.sv>
- Rodríguez, A. (2011). *Análisis del proceso de priorización de las apuestas productivas consideradas estratégicas para impulsar la competitividad y la innovación en el Valle del Cauca, visto desde la perspectiva de las políticas públicas.* [Tesis de

Maestría]. Santiago de Calí: Universidad del Valle.

Combariza, J. (2012). *El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso Municipio de La Mesa (Cundinamarca)*. [Tesis de Maestría]. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Varisco, C. (2008). *Desarrollo turístico y desarrollo local: La competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa*. (Tesis de Maestría). Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata.

Álvarez, A. B. (2006). *Plan estratégico para el desarrollo del turismo de aventura en Lunahuaná*. [Tesis de Maestría]. Lima: Centro de Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Sigrid, S. (2006). *Turismo alternativo de desarrollo de los pueblos y regiones del Perú*. (Tesis de Licenciatura). Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Cárdenas Tabares, F. (1986). *Producto Turístico* (Vol. II). México, México: Trillas.

Calle Iñiguez, M. (2016). *Desarrollo local turístico y sostenibilidad* (Vol. 1). Machala, El Oro, Ecuador: UTMACH.

Reglamento General de Actividades Turísticas. (2001). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. Quito, Pichincha, Ecuador: Tallers de la Corporación de Estudios y Publicaciones.

Reglamento General de Actividades Turísticas . (2001). *Reglamento General de Actividades Turísticas* . Quito, Pichincha , Ecuador: Tallers de la Corporación de Estudios y Publicaciones

Proyección de Torotoro Geoparque Andino, como Destino Turístico Sostenible

Arq. Gonzalo A. García Crispieri

Fundación Dr. Manuel García Capriles “EMEGECE”

ggarcía@fundaciónEMEGECE.org

gonigar@gmail.com

Resumen

La Fundación Dr. Manuel García Capriles “EMEGECE” y la Agencia Italiana de Cooperación al Desarrollo (AICS por sus siglas en italiano) brindan asistencia técnica al Ministerio de Culturas y Turismo de Bolivia en el ámbito del Turismo Sostenible en Torotoro Geoparque Andino. Para eso se ha ido buscando las necesidades más importantes para el desarrollo de un turismo sostenible que sea compatible con los objetivos de protección y conservación de las Áreas Naturales Protegidas (ANPs) de Bolivia, y es en este enfoque que se adaptan y se adecúan los Criterios Globales de Turismo Sostenible, como una línea base para evaluar los proyectos de desarrollo turístico en Bolivia. Estos criterios, ya adecuados a la realidad nacional, se aplican en dos ANPs (Parque Nacional y Área de Manejo Integrado Madidi y Torotoro Geoparque Andino). Este artículo presenta el trabajo realizado en este último donde se realizó un diagnóstico inicial para verificar el cumplimiento de los criterios realizados con el propósito de postularse para obtener la certificación mundial de Destino Turístico Sostenible, otorgado por Biosphere Responsible Tourism, una de las dos únicas entidades a nivel mundial acreditadas para este fin.

Palabras claves: Torotoro geoparque andino, turístico sostenible, criterios globales, áreas protegidas

Abstract

Dr. Manuel García Capriles Foundation (Known in Spanish as Fundación “EMEGECE”) and the Italian Agency for Development Cooperation (known in Italian as AICS) provided technical assistance to the Bolivian Ministry of Culture and Tourism regarding sustainable tourism in Torotoro Andean Geopark. There is a search for the most important needs to develop a sustainable tourism that is compatible with the objectives of protection and conservation of Bolivian Natural Reserves. This is the focus in which the Global Sustainable Tourism Criteria has been adapted; as a base line to evaluate tourism development projects in Bolivia. These criteria, already adapted to national reality, have been applied to two National Reserves: Madidi National Park and Integrated Management Area and Torotoro Andean Geopark. This article introduces the work executed in the latter, where an initial diagnosis was performed to verify the fulfillment of the criteria, with the purpose of applying to obtain de Global Certification as a Sustainable Tourism Destination, given by Biosphere Responsible Tourism, one of the only two entities able to certify at the global level.

Keywords: Torotoro Andean Geopark, Sustainable Tourism, Global Criteria, Natural Reserves

Introducción

El trabajo que se presenta a continuación se realizó entre la Fundación Dr. Manuel García Capriles, a través del Arq. Gonzalo A. García Crispieri y el Dr. Giuseppe Nerilli, consultor internacional de la Agencia para la Cooperación al Desarrollo (AICS), los cuales han elaborado un Programa de Asistencia Técnica al Ministerio de Culturas y Turismo de Bolivia, con la finalidad de verificar los Indicadores de los Criterios Globales de Turismo Sostenible para Áreas Protegidas, desde julio de 2016 hasta la fecha.

Con la intención de adoptar un lenguaje común, en lo que a Turismo Sostenible se refiere, por iniciativa de la Fundación de las Naciones Unidas y con la asistencia técnica de Rainforest Alliance y de Solimar International, se define la alianza para los criterios globales de Turismo Sostenible y luego de revisadas más de sesenta certificaciones a nivel mundial, considerando más de cuatro mil quinientos criterios y más de ochenta mil expertos del sector del turismo, se presenta en octubre del año 2008, **los Criterios Globales de Turismo Sostenible (CGTS)**. Estos criterios se articulan en cuatro secciones; (i) demostrar una gestión sostenible eficaz; (ii) maximizar los beneficios sociales y económicos a la comunidad local y minimizar los impactos negativos; (iii) minimizar los impactos negativos al patrimonio cultural y maximizar los beneficios; y (iv) minimizar los impactos ambientales negativos y maximizar los beneficios. Cada una de estas secciones se organizan en subsecciones y un total de treinta y ocho criterios.

Importancia del problema

Los Criterios Globales de Turismo Sostenible, justamente por ser mundiales, necesitaban ser adaptados a las condiciones locales de Bolivia. Es así, que en este trabajo se realizó una primera adaptación a las Áreas Naturales Protegidas (ANPs), en general, y en una siguiente etapa, con el fin de validar la aplicación de los criterios, se toma la decisión de implementarlos en dos ANPs Pilotos: el Parque Nacional y Área de Manejo Integrado Madidi y Torotoro, que mediante la Ley Municipal 002/2017, declara al Municipio Torotoro Geoparque Andino.

Metodología

Para fines de esta publicación sólo se presentará el trabajo realizado en Torotoro. Como objetivo general se propuso: elaborar un marco metodológico para la adquisición de una herramienta de planificación, manejo y monitoreo del Turismo Sostenible en ANPs, y su adaptación a Torotoro Geoparque Andino, utilizando como base los Criterios Globales de Turismo Sostenible y un grupo específico de indicadores asociados, de manera que pudieran ser reconocidos a nivel internacional.

Como objetivos específicos se propusieron los siguientes: contribuir a la identificación y al análisis de los recursos necesarios, recopilar datos útiles para determinar los puntos de fuerza y debilidad de las ANPs, en relación al documento de adaptación de los Criterios Mundiales de Turismo Sostenible. Contribuir a la realización del Plan de Acción. Contribuir a la redacción de la estrategia para el desarrollo del turismo sostenible en Torotoro Geoparque Andino, de manera que pueda ser incluida en los Planes de Gestión de las ANPs.

Se tomó como base del trabajo el documento: **Criterios e Indicadores de Turismo Sostenible para las ANPs de Bolivia**, elaborado por el Dr. Giuseppe Nerilli.

Se realizaron varias reuniones y talleres con autoridades de las ANPs priorizadas, autoridades nacionales como el Dr. Senador Ciro Zabala, quien apoya a la Fundación “EMEGECE” en el desarrollo de la Proyección del Geoparque Torotoro.

Como parte de la metodología, se analizó el impacto de los indicadores de Turismo Sostenible Globales, frente a los seleccionados para Torotoro Geoparque Andino. Se elaboró una primera propuesta de un Plan de Acción la cual fue presentada al Viceministerio de Turismo y a la Mesa de Turismo.

En cuanto a la metodología específica utilizada, se hizo un levantamiento de información en diversos talleres donde participaron miembros del Torotoro Geoparque Andino y autoridades del Gobierno Autónomo Municipal. Toda esta información fue socializada con la comunidad y se conformó un Comité de Gestión para desarrollar la propuesta: Torotoro, como Destino Turístico Sostenible.



FOTO: DR. GIUSEPPE NERILLI, EXPLICANDO LOS CRITERIOS GLOBALES DE TURISMO SOSTENIBLE (CGTS) EN TOROTORO

Se realizaron reuniones con informantes claves con los propósitos de identificar, verificar y calificar a los indicadores de la propuesta del Plan de Acción. Se llegó a acuerdos con las comunidades locales para la mejor distribución de los recursos.

Para la realización de este trabajo, se consultó una gran cantidad de documentos editados, a nivel internacional y nacional, sobre el manejo sostenible del desarrollo turístico en ANPs y se entrevistó a diversos expertos nacionales, involucrados en el tema, los cuales brindaron su experiencia. Con todos estos insumos se estableció una línea base de lo que es turismo sostenible en las ANPs de Bolivia, en especial para las áreas piloto.

Contratamos personal que fue a verificar las fuentes de los Indicadores de Turismo Sostenible, además de socializar a la población sobre estos criterios.

Los criterios que fueron aplicados son los siguientes:

SECCIÓN A: Demostrar una gestión sostenible del destino

- A1:** Estrategia de un destino sostenible
- A2:** Organización de la gestión del destino
- A3:** Seguimiento, **A4:** Gestión de la estacionalidad turística
- A5:** Adaptación al cambio climático
- A6:** Inventario de bienes y lugares de interés turístico
- A7:** Normas de planificación
- A8:** Accesibilidad
- A9:** Adquisición de propiedades
- A10:** Satisfacción de los visitantes
- A11:** Normas de sostenibilidad
- A12:** Seguridad
- A13:** Gestión de situaciones de crisis y de emergencia
- A14:** Promoción

SECCIÓN B: Maximizar los beneficios económicos para la comunidad receptora y minimizar el impacto negativo.

- B1:** Seguimiento económico,
- B2:** Oportunidades profesionales en el entorno local,
- B3:** Participación Pública

- B4:** Opinión de las comunidades locales
- B5:** Acceso local
- B6:** Sensibilización y educación en relación al turismo
- B7:** Evitar la explotación,
- B8:** Apoyo a la comunidad
- B9:** Apoyo a los emprendedores locales y al comercio justo

SECCIÓN C: Maximizar los beneficios para las comunidades, los visitantes y la cultura y minimizar el impacto negativo

- C1:** Protección de los lugares de interés turístico
- C2:** Gestión de visitantes
- C3:** Comportamiento de los 2 visitantes
- C4:** Protección del patrimonio cultural
- C5:** Interpretación de los sitios de interés turístico
- C6:** Propiedad intelectual

SECCIÓN D: Maximizar los beneficios para el medioambiente y minimizar el impacto negativo

- D1:** Riesgos ambientales
- D2:** Protección de entornos vulnerables
- D3:** Protección de la vida silvestre
- D4:** Emisiones de gases de efecto invernadero
- D5:** Conservación de la energía
- D6:** Gestión del agua
- D7:** Seguridad del agua
- D8:** Calidad del agua
- D9:** Aguas residuales
- D10:** Reducción de residuos sólidos
- D11:** Contaminación lumínica y acústica
- D12:** Transporte de bajo impacto

Una vez realizado el trabajo de compatibilizar CGTS en el Municipio de Torotoro, se determinó, aplicar los mismos criterios en otro PN (Madidi). En el caso de Torotoro, dentro de las estrategias utilizadas para recabar información, se realizaron dos Cumbres: una Municipal y otra Nacional sobre Turismo Sostenible junto a AICS en el mes de junio 2017. El propósito de estas cumbres fué socializar el trabajo realizado y lograr el compromiso de cada sector participante para ejecutar acciones concretas con el propósito de aportar al Desarrollo del Turismo Sostenible en Torotoro.



FOTO: EXPOSICIÓN DEL DR. RICARDO COX A. VICEMINISTRO DE TURISMO DURANTE LA CUMBRE NACIONAL SOBRE TURISMO SOSTENIBLE.

La Cumbre Municipal contó con la presencia del Alcalde del Gobierno Autónomo Municipal, Eliodoro Uriona, y representantes de los sectores principales de Turismo. Entre ellos, la central seccional, comité cívico, asociación de hospedajes, guías de turismo, comunidades, emprendedores, transporte, salud, Instituto Técnico y residentes.

En la Cumbre Nacional se contó con la presencia de Viceministro de Turismo, Ricardo Cox, el Alcalde del Gobierno Autónomo Municipal de Torotoro, Eliodoro Uriona, El presidente del concejo Municipal de Torotoro, Efraín Zurita, la representante de la Dirección de Turismo de Potosí, Yameli Carlo, el Director de la Agencia Italiana para la Cooperación al Desarrollo, Vincenzo Oddo, y el Director del Parque Nacional Torotoro, Waldo Gamboa. A nivel de sociedad civil, participaron el representante a Nivel Provincial de los Campesinos, junto a los representantes de algunas de las Subcentrales; representantes de los Residentes de Torotoro que viven en otras ciudades del país y del exterior; representantes del Comité Cívico; de los prestadores de servicios complementarios al turismo como ser: los hoteleros, transportistas y otros.



FOTO: MESAS DE TRABAJO DE LA CUMBRE MUNICIPAL DE TURISMO SOSTENIBLE (JUNIO DE 2017)

Involucramos a autoridades nacionales y departamentales: como a los Senadores Nacionales, Dr. Ciro Zabala Canedo y Dr. René Joaquino, a la Directora de Turismo de la Gobernación de Potosí, Lic. Yamely Carlo, Director Departamental de Culturas y Turismo de la Gobernación de Cochabamba, Ubaldo Romero, al Viceministro de Turismo, Dr. Ricardo Cox Aranibar y al Alcalde Municipal de Anzaldo, Prof. Rubén Uriona.



FOTO: ALCALDE MUNICIPAL DE TOROTORO DANDO LA BIENVENIDA EN LA CUMBRE NACIONAL DE TURISMO SOSTENIBLE (JUNIO 2017)



FOTO: INVITADOS ESPECIALES A LA CUMBRE NACIONAL DE TURISMO SOSTENIBLE EN TOROTORO

Discusión y Conclusiones

Para lograr que Torotoro sea un destino turístico sostenible se deben implementar los criterios, no solo en el ANP, sino también en todo el municipio. Para esto, los Criterios Globales de Turismo Sostenible, con las adaptaciones necesarias para ANP's deben ser parte del Plan Territorial de Desarrollo Integral (PTDI) del Municipio de Torotoro. Este Plan se debe actualizar, incorporando la Ley Municipal 002/2017 y los Criterios Globales de Turismo Sostenible.

El PTDI del Municipio de Torotoro para la Gestión 2016-2020 contempla los siguientes aspectos:

“La distribución de la población en el municipio de Torotoro y la concentración de servicios básicos y especializados (salud, educación, agua, electrificación, conectividad vial), permite identificar en el municipio la configuración territorial necesaria para realizar una planificación territorial, enfocada en el crecimiento de la población y de estos servicios con la finalidad de fortalecerlos como espacios concentradores y dinamizadores de la economía del departamento, procurando su crecimiento ordenado a futuro”.

El Gobierno Autónomo Municipal de Torotoro, a través de sus autoridades competentes, debe actualizar el PTDI en coordinación con las 74 comunidades en los 7 distritos del Municipio y además coordinar acciones con las Gobernaciones involucradas (Cochabamba y Potosí).

El turismo en Torotoro Geoparque Andino, debe ser una herramienta y catalizador del desarrollo económico y sostenible del Municipio y uno de los puntales para la lucha contra la pobreza. El turismo

estimula el crecimiento económico, ya que crea oportunidades de empleo y oportunidades empresariales. “Con unas políticas adecuadas, el turismo puede contribuir a la igualdad de género, la conservación de los ecosistemas y de la biodiversidad y la protección del patrimonio natural y cultural, además de ofrecer soluciones a muchos otros retos apremiantes a los que se enfrenta hoy nuestro mundo”. (Guía 2017 del Año Internacional del Turismo de la Organización Mundial del Turismo).

Resultados

El principal resultado de todo este trabajo es la Postulación para la Certificación de Torotoro como Destino Turístico Sostenible que se realizará el 27 de septiembre del año en curso, en conmemoración al día Mundial del Turismo Sostenible. Esta se produce a través de las siguientes etapas: (i) Firma del acuerdo entre la Administración del Destino y la Entidad Certificadora, en este caso Biosphere Tourism; (ii) Envío de la documentación relativa a las características del destino; (iii) Elaboración de una propuesta económica; (iv) Diagnóstico por parte de la Entidad Certificadora del destino; (v) Concesión Plena, Concesión Subordinada o No Concesión de la Certificación; (vi) Auditorías Anuales y Bienales para el mantenimiento de la Certificación. Por lo manifestado, esta postulación se encuentra cumpliendo los puntos (i) y (ii) de las etapas, por lo que se debe dejar claramente establecido que no significa que tenemos asegurada la designación como Destino Turístico Sostenible, significa que el trabajo de consolidar los indicadores positivos que tenemos se haga de manera permanente, pero que los indicadores que se tienen con falencias o parcialmente incumplidos deben ser complementados y por último, los indicadores que nos muestran falencias deben ser subsanados de manera paulatina, en el marco de los plazos que los responsables de Biosphere Tourism nos lo establezcan. Además, se debe trabajar de forma continua y sostenible para mantener esta Certificación.

La Fundación “EMEGECE”, como promotora de Torotoro Geoparque Andino, creemos que podremos satisfacer a quienes nos evalúen en los plazos establecidos porque contamos con el apoyo de autoridades nacionales, departamentales y municipales y lo más importante con los actores sociales del Municipio de Torotoro que son, los que están demostrando que quieren que ese espacio de la Madre Tierra, nuestra Pachamama, sea un Destino Turístico Sostenible, además de Geoparque Mundial de la UNESCO ya que cuenta con patrimonio geológico, espeleológico, paleontológico, arqueológico de excepcional valor, además de tener un inmenso valor biológico y desde ya lo más importante el valor de la inteligencia de las culturas andinas que han vivido por muchos años en este lugar.

Este tipo de certificación, además de abrir una ventana boliviana en el mundo del turismo sostenible, puede ofrecer el lanzamiento del desarrollo turístico boliviano a través de los mayores operadores turísticos mundiales que se ocupan de este importante segmento turístico.

Para todo este proceso tuvimos cobertura de medios de difusión escrita, radial y televisiva a nivel local, departamental y nacional (2016-2017). Las cuales las pueden encontrar en la página www.geoparquetorotoro.org

Seguimos en camino, nos quedan muchos desafíos como: lograr una mayor cantidad de alianzas estratégicas a nivel nacional e internacional. Formalizar la instancia con personalidad jurídica que lleve adelante Torotoro Geoparque Andino. Elaborar el documento de postulación de Torotoro Geoparque Andino, como Destino Turístico Sostenible (septiembre de 2017). Buscar financiamiento para la IV y V Misión de los científicos de la UFRGS. (enero y Julio de 2018). Elaborar el documento de postulación de Torotoro Geoparque Andino, ante la UNESCO-Red Mundial de Geoparque (octubre de 2018).

Hemos transitado tres años de un arduo trabajo, pero como Fundación Dr. Manuel García Capriles (EMEGECE) y como persona me siento muy satisfecho de que este proyecto que comenzó hace varios años como un sueño, hoy se está haciendo realidad.

Referencias bibliográficas

Criterios e Indicadores de Turismo Sostenible para las ANPs de Bolivia, elaborado por el Dr. Giuseppe Nerilli.

Estado Plurinacional de Bolivia. Asamblea Legislativa Plurinacional. Cámara de Diputados. Leyes para garantizar el cambio. Legislando para proteger la riqueza natural y cultural de Bolivia. La Paz, Bolivia 2014

García Crispieri Gonzalo A. (Fundación Dr. Manuel García Capriles. La Paz, Bolivia); Fontúrbel Francisco E. (Universidad de Los Lagos, Osorno, Chile); Richard Enrique (Universidad Nacional de Rosario. Casilda, Argentina). Innovación en gestión y conservación: el concepto de municipio – área protegida. Publicaciones Integrales, Fundación “EMEGECE”. La Paz Bolivia, 2008.

Ley Municipal 002/2017. Declaración de Torotoro Geoparque Andino. Torotoro, Bolivia 2017.

Guía 2017 del Año Internacional del Turismo. Organización Mundial del Turismo.

Impacto Económico que Generan los Grandes Eventos - Congresos en las Ciudades

Lic. Orietta Rúa Funes

Universidad Autónoma Tomás Frías-Potosí
zedka_orf@yahoo.es

Resumen

Este trabajo de investigación pretende contribuir con una estimación del impacto económico en tres factores: el número de visitantes (personas articulars y profesionales), el gasto medio de los asistentes y efecto multiplicador. Los datos obtenidos serán mediante el sistema de conteo, encuestas personales, entrevistas a personas claves y la información requerida que obtendremos por los organizadores de eventos-congresos. El tipo de evento es un factor principal sobre el futuro del impacto económico del evento, de él dependa la cantidad de atracción de público que generan por lo tanto las divisas que generan durante su estadía, preparar al país anfitrión, la imagen que proyectara, etc.; proponemos las estrategias de realizar al año unos 30 eventos y en los meses que el turismo entra en temporada baja, por eso de acuerdo a cuadros estadísticos demostrados, basados en encuestas y entrevistas pero además en estudios bibliográficos se demuestra que es cierto y evidente que los eventos cuantificados han mostrado una gran cantidad de ingresos, como se muestran en los gráficos presentados, por eso concretamos que esta tarea de presentación sobre la participación de los visitantes a eventos-congresos que se realizan, genera un flujo económico dando posibilidad a que los habitantes y estantes puedan generar una actividad económica, concluimos que los eventos y congresos no solo tiene un carácter académico o institucional sino también tiene un carácter de movimiento económico de aporte al producto interno bruto del lugar donde se realizan los mismos.

Palabras clave: Impacto Económico; Eventos-Congreso; Estimación de la Concurrencia; Gasto Turístico; Efecto multiplicadores.

Abstract:

The data obtained will be through the system of counting, personal surveys, interviews to key people and the information required that we will obtain by the organizers of events-congresses. The type of event is a major factor on the future of the economic impact of the event, it depends on the amount of public attraction that generate therefore the foreign currency generated during your stay, prepare the host country, the image you projected, etc. ; we propose the strategies to carry out about 30 events a year and in the months that tourism enters the off-season, that is why according to statistical tables demonstrated, based on surveys and interviews but also in bibliographic studies it is shown that it is true and evident that quantified events have shown a large amount of income, as shown in the graphs presented, so we specified that this task of presentation on the participation of visitors to events-congresses that are carried out, generates an economic flow giving the possibility that the inhabitants and shelves can generate an economic activity, we conclude that events and congresses not only have an academic or institutional character but also has a character of economic movement of contribution to the gross domestic product of the place where they are made.

Keywords: Economic impact; Events-Congress; Estimation of Concurrence; Tourist Spending; Effect multipliers.

Introducción.

En todos los países se conceptúa el turismo como uno de los sectores económicos más dinámicos. En Bolivia es la tercera actividad económica en cuanto a la captación de divisas, luego del gas natural y de la soya. Tiene un efecto multiplicador sobre las áreas financieras, los eventos-congresos, el transporte, la producción de artículos de primera necesidad, artesanía, restaurantes, centros de diversión y otros, constituyéndose en un gran dinamizador de la economía. Cada año se produce un importante volumen de desplazamientos relacionados con la asistencia a eventos de distinto tipo, siempre vinculados con la actividad profesional de quienes los realizan: es el llamado Turismo de Reuniones, la actividad relacionada con los Congresos constituyen sus máximos exponentes, se ha convertido en un motor económico de primer orden para el desarrollo de muchos enclaves urbanos con vocación turística. Este Turismo no solo reactiva destinos por su carácter desestacionalizador, sino que además demanda servicios de gama alta, aportando un indiscutible y elevado gasto medio por visitante. No es de extrañar, por lo tanto, la proliferación de instalaciones específicamente diseñadas para albergar este tipo de eventos que se está produciendo en estos años en nuestro país.

Entre las numerosas personas que precisan, en el marco de su desarrollo profesional, participar en seminarios, congresos, jornadas, convenciones, ferias, etc., en algunos de ellos como simples asistentes, y en otros como conferenciantes o ponentes. Para los responsables de las sedes en los lugares donde se desarrollará la organización de los grandes eventos preverá garantizar la prestación de una cadena de servicios (transporte, hoteles, restaurantes, etc.) accesibles para todos los participantes y una buena oportunidad de aumentar el número de asistentes y promocionar el lugar donde se llevará a cabo. Generalmente la organización de eventos incluye diversas tareas como realizar un presupuesto, armar un cronograma, reservar el salón, tramitar permisos, contratar el servicio gastronómico, etc. Todas estas tareas deben realizarse conforme a las finalidades del evento y las preferencias del cliente.

Desde que se prepara el evento (siempre en función del tipo y del alcance de éste) podrían dividirse en primarios y secundarios (En el marco valorativo que plantea Clark, 2008). Entre los primarios, se encontrarían: la inserción del evento en las estrategias de desarrollo de la ciudad, la empresa, la inversión de sociedades privadas y públicas, los impactos en la imagen de identidad (atracción de visitantes, dinamización del comercio, etc.), la economía de los visitantes con la cadena de proveedores y los impactos medioambientales positivos. Entre los beneficios secundarios, se situarían los siguientes: la utilización de las infraestructuras y los equipamientos después del evento, la conectividad e infraestructuras de otros lugares, los impactos tras una estancia corta, vuelvan a sus destinos como turistas culturales, urbanos, etc.

No es, pues, casual que el turismo de grandes eventos-congresos cada vez adquiriera más relevancia en los planes estratégicos de turismo en cada lugar para el beneficio, promoción y atracción de los participantes a conocer los atractivos turísticos esto ayudaría en gran escala en temporadas bajas el beneficio también servirá a subsectores de la planta turística.

Objetivos

Objetivo general

El propósito de la investigación es Identificar nuevas estrategias para que crezca la economía en Bolivia como sede del turismo de grandes eventos-congresos.

Objetivo específico

1. Conocer el impacto económico que generan los grandes eventos-congresos
2. Diseñar estrategias que nos ayuden a captar participantes para los grandes eventos-congresos
3. Identificar el mercado

Importancia del problema

Los congresos son puntos de encuentros en que los asistentes comparten productos, conocimientos, investigaciones, Este turismo relacionado con eventos-congresos reactiva destinos por su carácter desestacionalizador sino en la actualidad constituye aporte para el desarrollo económico por el gasto medio por visitante.

Metodología

El estudio del turismo de eventos-congresos en Bolivia, se fundamentó tanto en información secundaria como primaria. La información secundaria fue suministrada por los eventos realizados por diferentes Organizaciones relacionadas hacer eventos-congresos, que permitió identificar el número de eventos realizados en el para los años 2014, 2015 y 2016, tanto por nacionalidad, como por tipo de eventos, gasto promedio, y el efecto multiplicador, así como los participantes de los mismos.

Por otro lado, la información primaria partió de la aplicación de una encuesta a 200 turistas de -congresos que participaron del mismo. La aplicación de la encuesta permitió identificar entre otros aspectos, los siguientes:

1. Motivo por los que asisten a los eventos
2. Clasificación del evento (nacional o internacional)
3. Financiación al evento
4. Duración del evento
5. Sitio de alojamiento en la ciudad
6. Gasto promedio diario
7. Distribución del gasto por tipo
8. Otros sitios turísticos visitados en la ciudad
9. Opinión de la ciudad como destino turístico

Para reducir esta dificultad, decidimos entrevistar a los entes públicos y privados que intervienen directamente en la organización de eventos en Bolivia. Así pues, se han realizado 10 entrevistas, tres con instituciones públicas responsables del sector turístico, dos con instituciones privadas responsables de la captación de eventos y con 5 empresas dedicadas a la promoción y organización de eventos —conocidas como organizaciones profesionales de congresos (OPC).

Cuadro 1
Guión de la entrevista realizada a las instituciones públicas
y privadas relacionadas con la captación de eventos

Entrevista n° 1
<ol style="list-style-type: none">1. ¿Cuántos congresos se organizaron durante el 2016?2. ¿Cuál es la duración aproximada de cada una?3. ¿Consideran a Bolivia, como un país, sede de Congresos? Fundamentar.4. ¿Cuál es el número promedio de asistentes a cada congreso?5. ¿Qué porcentaje de concurrentes son extranjeros?6. ¿Qué porcentaje de asistentes llega desde el interior del país?7. ¿Dónde se hospedan los asistentes?8. En el hospedaje de los asistentes, se comprueba, en su elección<ul style="list-style-type: none">• Hoteles• Hostales• Alojamientos9. ¿Al organizar el congreso, se planifica donde se hospedarán, y cómo será el acompañamiento de los congresistas?10. ¿Poseen las ciudades anfitrionas de Bolivia infraestructura suficiente para este tipo de eventos?11. ¿Qué capacidad tienen?12. ¿Cree que existe una relación y un trabajo coordinado entre las entidades que realizan los eventos y los hoteles, restaurantes y empresas de esparcimiento?13. ¿Cuenta con estadísticas sobre el turismo de eventos en Bolivia?14. ¿Por qué cree que Bolivia no se ubica entre los principales países en este segmento turístico eventos - congresos? ¿Qué le hace falta para ello?

Fuente: Autor

La medición de la relevancia económica del turismo de eventos, congresos, en Bolivia, se realizó a partir de las dimensiones de demanda, una propuesta propia siendo que nuestro país no cuenta con una Organización para identificar ***el turismo de grandes eventos-congresos***, el enfoque de la contribución del turismo de eventos desde la perspectiva de la demanda, que está basado en el gasto de los asistentes y expositores.

1. Historia.

Los eventos surgen como una necesidad de reunirse por razones de asociarse en un determinado entorno geográfico, en colectivos y grupos. Son un hecho económico y cultural que permite un intercambio social, técnico, profesional y científico. A lo largo del tiempo la evolución con la actividad turística, observamos que se nos manifiesta como un fenómeno complejo y con una larga trayectoria. En la Antigüedad y la Edad Media encontramos viajeros que se desplazan por motivos religiosos, de esparcimiento, de comercio, de descubrimiento, etc. Durante los siglos XV al XVIII podemos hablar de las primicias del turismo. En la primera mitad del siglo XX, se sientan las bases del turismo moderno, con una corriente elitista cada vez más importante de los flujos turísticos.

Entre fines del siglo XVIII y mediados del siglo XIX ocurrió la Revolución Industrial que propició una transformación económica y social y el surgimiento de una clase media numerosa y próspera; la cual compartía el deseo de viajar debido a que se incluyeron las vacaciones y se mejoró el transporte, se incrementó el tráfico de pasajeros que hacía uso del barco a vapor y los ferrocarriles. En la primera mitad del siglo XIX el movimiento masivo hizo florecer la industria turística. Thomas Cook tiene la reputación de ser el primer agente de viaje que en 1841 alquiló un tren para llevar 540 personas a una convención antialcohólica; organizó el viaje al precio de un chelín por viajero en la trayectoria de ida y vuelta de Leicester a Loughborough.

Ante esta circunstancia el profesional del turismo tuvo que definir el perfil del visitante que deseaba captar, por ello el análisis de las motivaciones se transformó en el objeto de estudio central de quienes deseaban atraer el mayor número de turistas a sus regiones.

En Bolivia se crearon lugares de Convenciones como en el Alto (parque botánico, Santiago I); Sucre, Centro Internacional de Convenciones y Cultura (CICC), existen salones de hoteles, u otros salones para cumplir con su función principal precisamente la organización de grades eventos-congresos, como parte del llamado turismo de negocio, aunque aún no se le da la debida importancia.

Los conceptos y definiciones acerca del turismo de eventos es una tarea compleja, por la utilización indistinta de diferentes términos para caracterizar la actividad del turismo de eventos: se habla de industria, de sector, de sub-sector. Esto tiene una repercusión más allá de la falta de información sobre aspectos teóricos-científicos, que afectan a la medición del mercado de eventos-congresos como son: la repercusión sobre la fiabilidad de los resultados y la limitación que impone al análisis de los datos disponibles; inadecuado nivel de confianza de los datos de partida que se utilizan actualmente para construir las estadísticas del mercado; falta de registro de un número considerable de reuniones lo que genera una infravaloración del mercado.

- No obstante, lo anterior, se puede concluir que los términos que generalmente forman el lenguaje técnico de esta modalidad turística son los que se exponen a continuación a partir de su definición por diferentes autores:
- “Evento: Término genérico que designa a cualquier tipo de reunión profesional de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso, promocional o de otra índole que facilite el intercambio de ideas, conocimientos, y/o experiencias entre los participantes”
- “Turismo de eventos: incluye congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivo, festivales. Es una modalidad del turismo de negocios, que moviliza esencialmente a líderes de opinión en distintas ramas del conocimiento, la ciencia, la tecnología, las finanzas o el comercio”
- “Turismo de reuniones es aquel que genera un conjunto de actividades económicas como consecuencia de la organización de encuentros de un destino a elegir y cuyos motivos giran en torno a temas profesionales.
- “Turismo de reuniones: Actividades económicas asociadas a la realización de congresos, convenciones, viajes de incentivo, y otras reuniones similares a estas (jornadas, encuentros conferencias, simposios, foros, seminarios, cursos...) convocados por motivos profesionales y/o asociativos”
- “Turismo de negocios es un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en reuniones de negocio, congresos y convenciones con diferentes propósitos y magnitudes.

La anterior es la definición más aceptada del término "Turismo de negocios". Este mercado en su variante grupal, incluye numerosos segmentos y productos relacionados con la organización de reuniones de negocios, con diferentes propósitos y magnitudes. Se distinguen dos tipos de Turismo de Negocios: el individual y el grupal. *El primero* comprende a los viajeros de negocios, que por cuestiones inherentes a sus actividades, se desplazan de una ciudad a otra o de un país a otro para desarrollar actividades relacionadas con su profesión. *El segundo* comprende los eventos que conocemos como Congresos, Convenciones, Incentivos y Exposiciones

En la conferencia (Iguazú 2005) de la OMT lo ha definido como: “Sector de reuniones y eventos (también conocido como sector de las reuniones, viajes de incentivos, conferencias y exposiciones o sector de las

MICE (Meeting, incentives, congresses, exhibitions), es aquel que abarca las actividades basadas en la organización, promoción, venta y distribución de reuniones y eventos; productos y servicios que incluyen reuniones gubernamentales, de empresas y de asociaciones; viajes de incentivos de empresas, seminarios, congresos, conferencias, convenciones, exposiciones y ferias”.

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo, se considera:

Turismo Interno: Residentes del país de origen que visitan su propio país.

Turismo Receptor: Visitantes que llegan al país sin residir en él.

Turismo Emisor: Residentes del país que visitan otro país.

Turismo Interior: Compuesto por Turismo interno y turismo receptor. Se refiere al total de turistas que circulan en un país.

Turismo Nacional: Compuesto por el turismo interno y el turismo emisor, y que aglutina al total de turistas que genera un país.

Turismo Internacional: Se refiere al total de turistas que circulan por fronteras y se compone del turismo receptor y del turismo emisor.

Cuadro 2

Los eventos se clasificarán a partir de diferentes criterios: público, interés, tipología y dimensión, dentro la oferta congresual

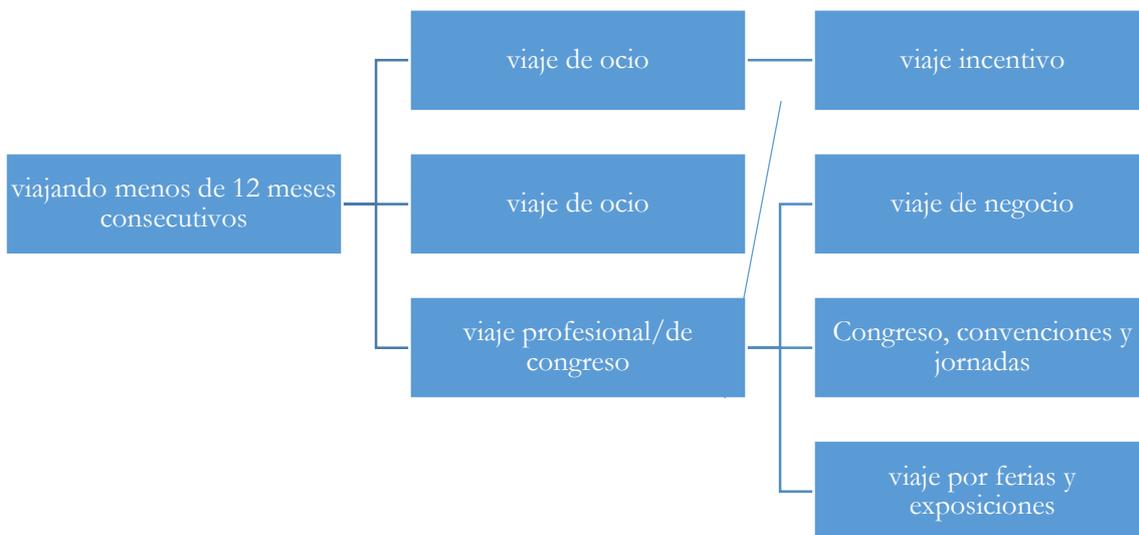
Según su Carácter o Tipología		Por su naturaleza	A partir de su Generación	Según Entidades que los convoquen
Organizacionales	Congresos, Conferencias, Simposios, Seminarios, Debate, Convenciones, Reunión, Panel o Debate de Expertos, Mesa Redonda, Talleres, Asambleas, Jornadas, Coloquios, Ferias y Festivales, Viaje de incentivos, etc.	Eventos Internacionales	Diseño propio	Gubernamentales
		Eventos Nacionales con participación Extranjera	Sede Captada	No Gubernamentales
		Eventos Nacionales		Corporativos
Sociales	Casamientos, matrimonios, Tés, Actos Folclóricos, Colectividades, etc.			

Fuente: Elaboración diversas fuentes

Según Sector Generador	Según Tamaño o Número de Delegados	Según el Objetivo
Científico – Técnico	Pequeños (50 hasta 249 participantes)	Eventos Promocionales
Médicos	Medianos (250 hasta 449 participantes)	Eventos Informativos
Ciencias Sociales y económicas	Grandes (500 hasta 2.000 participantes)	
Agricultura y medio ambiente	Mega eventos (Más de 2.000 participantes)	Eventos Formativos-Didácticos
Culturales	Mini Eventos (35 y 45 participantes)	
Deportivos y náuticos		Evento Refuerzo, relaciones Sociales
Leyes		
Educación		Eventos relaciones Internas
Comerciales		Eventos relaciones Externas

Fuente: Elaboración diversas fuentes

Cuadro 3
Delimitación del turismo de Eventos - Congresos



Fuente: European Commission. Eurostat. (2000), Manual de Metodología para Estadísticas sobre congresos y conferencias.

Con el cuadro que se muestra arriba queremos mostrar que el turismo de eventos-congresos se da a un sector ya marcado como son: los profesionales, estudiantes y gente que le interese participar, algunas empresas pueden dar el viaje de incentivo, según su tipología y según sector generador, etc.

1. Evolucion y Características Cuantitativas de Turismo de Eventos Bolivia.

La organización de un evento es muy dinámica, por lo que es necesario evaluar y ajustar para tener la posibilidad de mantener en el tiempo congruencia y consistencia entre un grupo de acciones y un conjunto de objetivos (planificar, evaluar, revisando escenarios, evaluando los avances, permite resolver problemas y obtener mejoras constantes en los resultados). De aquí las ventajas de planificar:

- ❖ Se tienen objetivos claros y definidos
- ❖ Se establecen programas con metas para su alcance
- ❖ Estimula la creatividad para hacer un mejor uso de los recursos disponibles
- ❖ Coordina y unifica los esfuerzos del grupo organizador
- ❖ El tiempo necesario para la planificación, organización, difusión y realización
- ❖ La conveniencia o no, de celebrar el evento en días festivos y vacaciones en oficinas y escuelas, para facilitar la asistencia
- ❖ Otros eventos similares que otras empresas o agrupaciones pudieran llevar a cabo los mismos días
- ❖ Fechas disponibles en centro de convenciones, hoteles y salones y que sean accesibles con los tiempos de la mayoría de los posibles participantes
- ❖ En función del público objetivo al que esté dirigido, el clima en el lugar donde se realizará
- ❖ Bolivia cuenta con un efecto multiplicador que el asistente y ponentes utilizaran los días de los eventos estos son: Destinos para turismo de Eventos, hoteles de categoría turística (Habitaciones de categoría), salones para eventos, recintos feriales, convención, aeropuertos nacionales e internacionales y Carreteras.

Actualmente, Bolivia ocupa la posición 58 de 155 países estudiados en el mercado de eventos – congresos mundiales, por detrás de Paraguay y R. Dominicana ICCA (International Congress and Convention Association). Asimismo, En 2011 el 63% de los eventos se centró en los países del Mercosur (incluyendo a **Chile** y **Bolivia** pero no a Venezuela), y en 2012 se hizo más pronunciada la concentración de eventos en el sur del continente ya que allí tuvieron lugar 759 congresos y convenciones, 66% del total de Latinoamérica. Podemos indicar que el turismo de eventos – congresos crece casi un 9% en Latinoamérica.

La priorización de los eventos - congresos en cada uno de los departamentos debe realizarse según el potencial turístico con que cuentan, se les hará una evaluación para orientar la gestión del evento e inversión de la misma.

- **DURACIÓN DEL EVENTO:** en promedio, los eventos que se realizan tiene una duración de 3 a 5 días.
- **PROMEDIO DE GASTO APROXIMADO:** los visitantes extranjeros \$250 a 400 dólares diarios y los visitantes nacionales de \$100 a \$180.
- El total aproximado que gasta cada invitado Internacional por día de duración en un Congreso, es de \$451, este número está dividido en hospedaje, transporte, cenas y almuerzos fuera del evento y en todo lo que incluye el registro que cobra cada evento por asistencia. Este registro cubre todo lo que es promoción, materiales, audiovisual, traducción simultánea, personal de apoyo, locaciones, alimentación show.
- El hospedaje está basado en las tarifas corporativas que tiene cada hotel, de aproximadamente \$150 incluyendo desayuno transfer in – out, aeropuerto-hotel-aeropuerto. La alimentación por lo general, está incluida durante un congreso.

Adicionalmente los visitantes internacionales salen a cenar o almorzar en algún lugar especial con el fin de conocer un poco más la ciudad, este es un gasto adicional de \$100 dólares. Estos gastos también realizarán los visitantes nacionales de otros departamentos.

- Para el invitado nacional que vive dentro del lugar donde se llevara a cargo el evento-congreso que gasta aproximadamente por día de duración del congreso ·\$130. A diferencia del invitado internacional. No incluye transporte aéreo y terrestre.
- Sin embargo, por estar dentro del país, el número de asistentes es mucho mayor al nacional, por lo que el peso que tiene el turismo de eventos y congresos nacionales, es de suma importancia para la ciudad, pero hay que priorizar para llegar al asistente internacional.

Es por esta razón se quiere descentralizar la oferta turística con la que cuenta el país como ser: turismo de aventura y deportes extremos, turismo de naturaleza, turismo cultural y otros, considerando que la demanda turística se ha vuelto más exigente la realización congresual como valor agregado donde la planta turística se beneficiara.

Podemos indicar que en Bolivia todavía no se cuenta con un departamento estadístico donde se dedique a brindar la información sobre cuánto dinero genera la participación a eventos – congresos y otros eventos y brindar otras alternativas para que la gente se quede por más tiempo

Los beneficiarios de los departamentos con los grandes evento-congreso que es un efecto agregado del turismo, su temporalidad puede ser distinta y así puede contribuir a dinamizar la actividad turística en los periodos bajos. Se deberían producir las siguientes estrategias que logran la captación de participación al país:

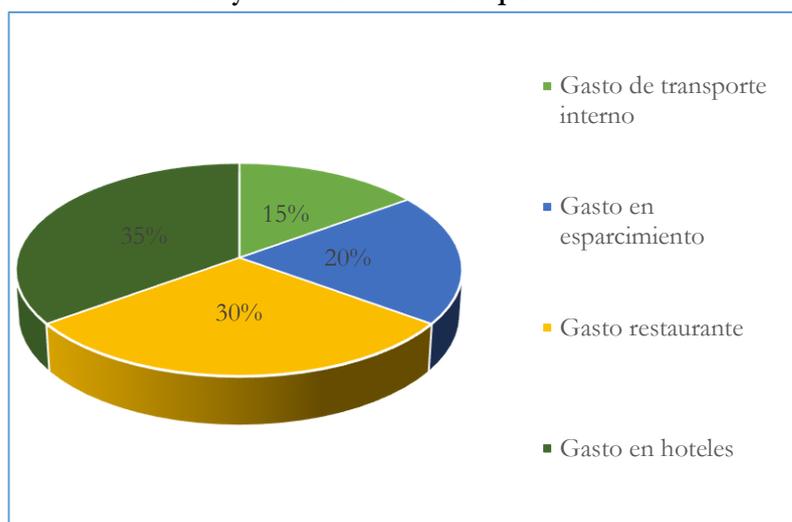
- ✓ Aumentar el número de delegados asistentes a un congreso
- ✓ Aumentar la estadía
- ✓ Bolivia sea un destino turístico
- ✓ Ser anfitriones por lo menos 30 congresos al año
- ✓ Acrecentar el ingreso de divisas por congresos

2. Estimación de los ingresos generados por el turismo de eventos, congresos y convenciones en Bolivia.

Las condiciones geográficas naturales y culturales generan un escenario un factor competitivo frente a la competencia latinoamericana, siempre y cuando se aprovechen estas ventajas en el desarrollo y promoción de los eventos de congresos.

Los actores públicos y privados deben articular esfuerzos para desarrollar, impulsar y consolidar estas actividades dentro el territorio nacional, mejorando este tipo de turismo.

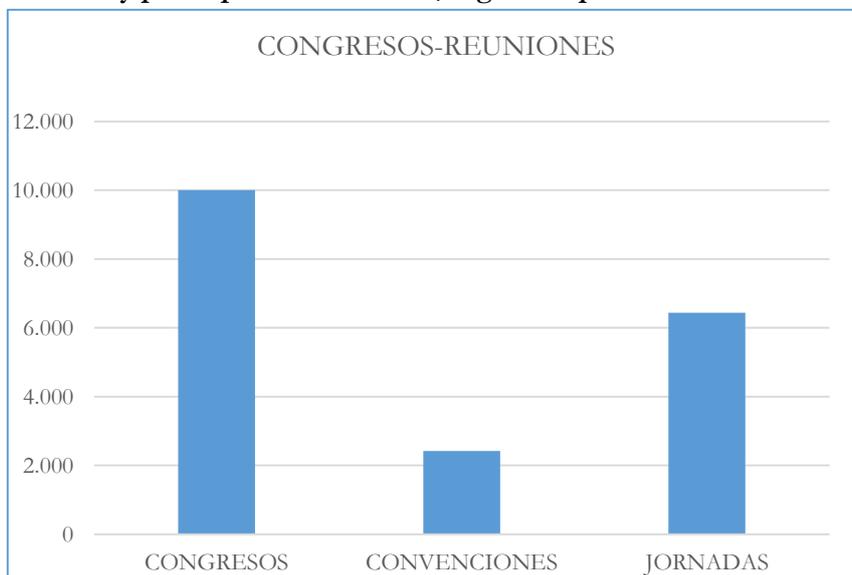
Grafico 1
Gastos mayores del efecto multiplicador



Fuente: Autor

Ahora se mostrará través de los resultados de las encuestas aplicadas un estimó en promedio que cada evento tiene una duración de 2 a 5 días, donde se identifican por su mayor representatividad los gastos en alojamiento (35%) y en restaurantes (30%), los cuáles juntos, constituyen el 75% del total de gastos promedios realizados por cada convencionista en cada evento.

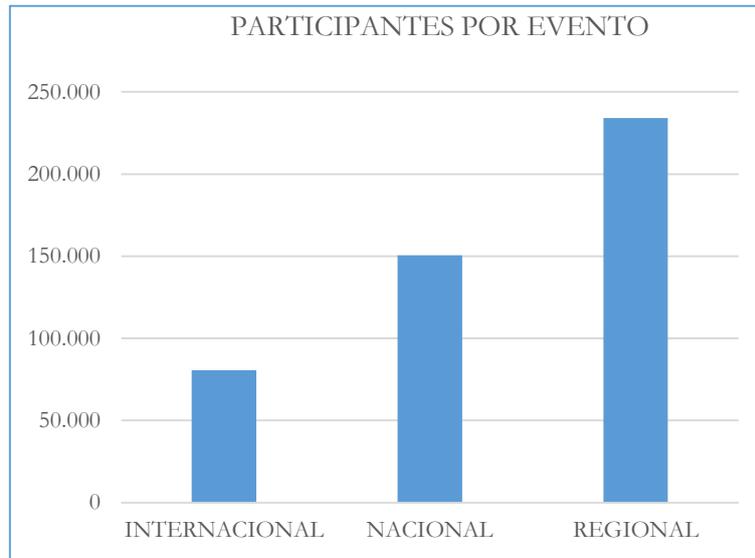
Grafico 2
Reuniones y participantes en Bolivia, según el tipo de reunión 2014 – 1016



Fuente: Autor

En el gráfico se puede observar que existen un mayor número de congresos corresponde a un 60%, las convenciones a un 10% y por último las jornadas en un 30% que son las actividades que generan mayor ingreso económico

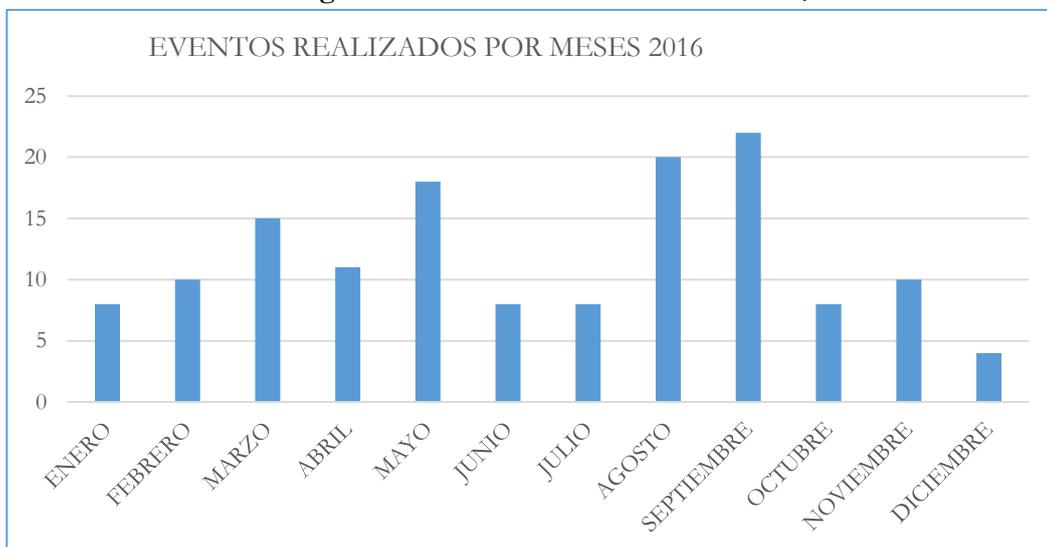
Grafico 3
Según el tipo el ámbito Internacional, Nacional o Regional 1016



Fuente: Autor

El flujo de participación a eventos – congreso de carácter regional 70% es más participativo que el nacional 27% u el internacional.3%

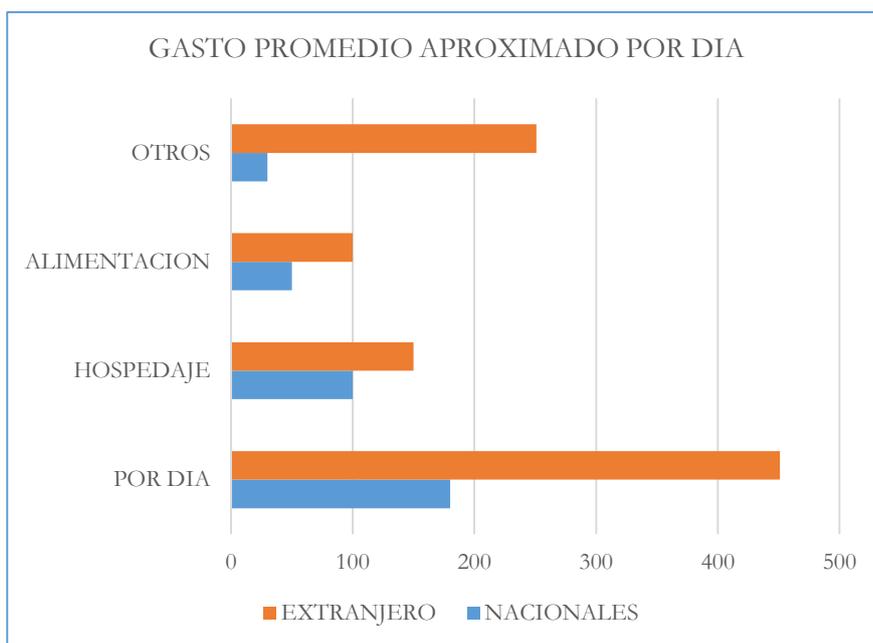
Gráfico 4
Eventos- congresos mensuales realizadas en Bolivia, 2016



Fuente: Autor

El análisis mensual de los eventos – congresos realizados en la ciudad, en el último año, identifica lo mese e marzo, mayo, agosto, septiembre, como aquellos en donde se presentan la mayor cantidad de eventos.

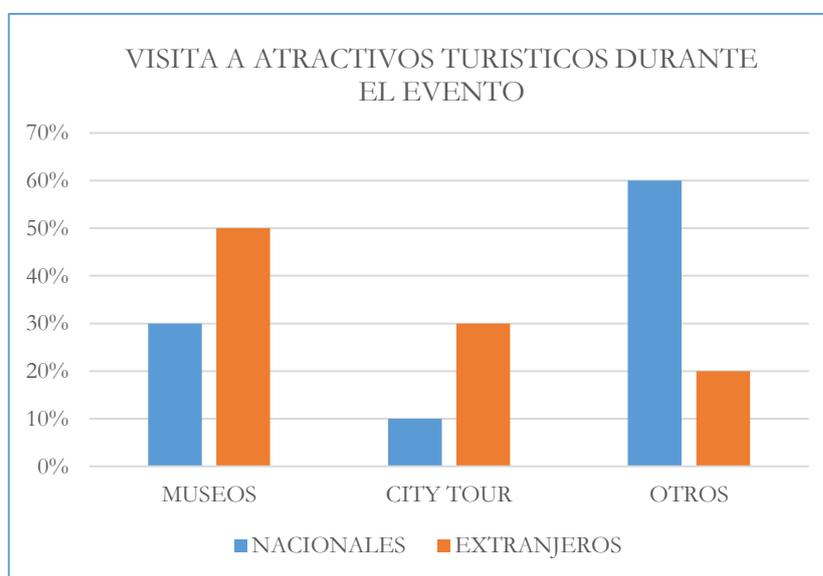
Grafico 5
Gasto Promedio aproximado expresado en dólares



Fuente: Autor

Este grafico nos muestra que el gasto por día promedio es mayor por la representación extranjera que por un nacional o local

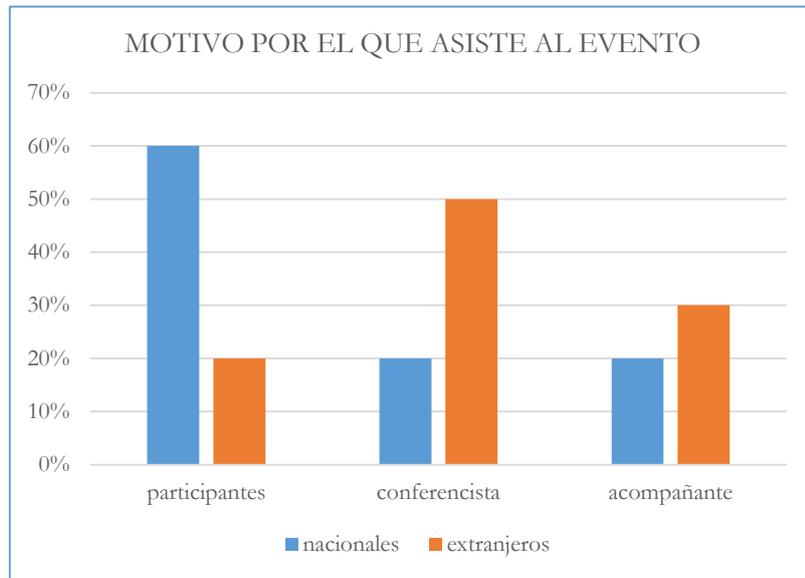
Grafico 6
Visita a atractivos turístico durante el evento



Fuente: Autor

Actividades turísticas realizadas durante el evento por parte de los participantes se considera al destino o ciudad donde se genera el evento tiene mayor interés por parte de los extranjeros y las otras actividades como diversión es más por parte de los nacionales tal como se muestra en el siguiente cuadro

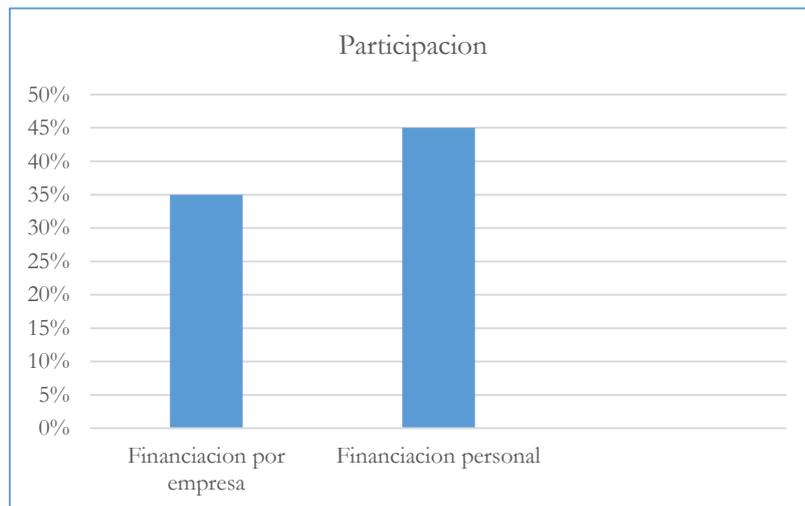
Gráfico 7
Motivo por el que asiste al evento



Fuente: Autor

El gráfico nos muestra que la participación nacional como asistentes o participantes es mayor que la visita de un extranjero, pero pasa lo contrario cuando se es conferencista la presencia extranjera es mayor. En ambos casos siempre se tiene como acompañante a alguien de familia o de trabajo.

Gráfico 8
Asistentes a eventos por país de origen



Fuente: Autor

Con respecto a los asistentes por país de origen, pudo establecerse que el 80,2% de los participantes, son nacionales, de diferentes ciudades del país. El 19,8% restante manifestó venir de otros países, donde sobresalen Argentina, Perú, Brasil, por presentar la mayor participación entre los asistentes a eventos.

Conclusión.

- Con el turismo de eventos, se podrá descentralizar al turismo de ocio, se podrá mejorar las temporadas bajas
- Ayuda a elevar la estadía promedio en el país mejorar la calidad de vida
- Contribuye a elevar el gasto promedio de los visitantes (de 3 a 6 veces mayor que el visitante normal)
- El turismo de eventos está considerado y se constituye como un factor multiplicador siendo el más rentable, debido al gran impacto económico que genera dando a conocer los esfuerzos promocionales en el mercado.
- Al estudiar el turismo de eventos, es te tiene muchos nombres como ser: llamado turismo o industria de reuniones, turismo de negocio, sector de reuniones – incentivos – congresos y exposiciones, la principal dificultad que se encuentra, a pesar de que los organismos internacionales han tratado de integrar al menos la terminología referida.
- Bolivia, hoy se considerada una región emergente, deberán dirigir sus esfuerzos a lograr estrategias integradoras que les permitan apoderarse de parte de este mercado siendo un segmento muy rentable por el alto nivel de ingresos que produce en otras ramas, la economía y el propio turismo.
- En general, el turismo de eventos, congresos, reuniones y convenciones, constituye un segmento de gran importancia en la economía local, no solo por la generación de divisas, sino también, por la generación de empleo.

Referencias bibliográficas:

Contreras, 2005 Contreras (2005) Instrumento de medición del mercado de congresos y convenciones [En línea]. Disponible en <http://www.buenosaires>

Cravioto, T. (1999). Organización de Congresos y Convenciones. México: Editorial Trillas

ICCA (2008): Statistics – 2008.

Turismo de negocios en España: análisis y perspectivas

Revalorización de los Saberes Ancestrales de la Laguna Potosina “K’ALAPURKA”, como Patrimonio Gastronómico y su Promoción

Lic. Francisco Manuel Aguirre Guerra
Universidad Autónoma Tomás Frías, Potosí
frankyaguirreg@hotmail.com

Resumen

El presente trabajo consiste en revalorizar y rescatar la identidad gastronómica mediante la lagua (k’alapurka) y posesionar como destino turístico gastronómico a la ciudad de Potosí, preservando la esencia original en la elaboración de la k’alapurka y dar a conocer los valores nutricionales de los ingredientes de la k’alapurka para posesionar el consumo de la lagua que permitirá generar recursos económicos a la ciudad, lograr que la k’alapurka sea patrimonio gastronómico. El turismo gastronómico es sin lugar a dudas un recurso que está en crecimiento desarrollo y expansión. por lo que se ha convertido en un recurso de alta potencialidad, sustentados en los estudios bibliográficos realizados. El objetivo principal es el de revalorizar y rescatar la identidad gastronómica mediante la lagua (k’alapurka) y posesionar como destino turístico gastronómico a la ciudad de Potosí, lo que nos ayudó a sostener en la metodología de trabajo realizada haciendo un análisis y síntesis, el análisis de la realidad gastronómica potosina que muy pocos conocen su elaboración, demostradas por las técnicas de investigación de encuestas, entrevistas y observación sobre el trabajo Se ha logrado revalorizar la lagua de la K’alapurka con el turismo gastronómico, promoviendo una feria, y que en las comunidades la gente pueda convivir con los turistas nacionales y extranjeros y convivan con los mismos haciendo el cosechado, siembra y el disfrute de sus platos en especial de esta delicia nutritiva como es la lagua.

Palabras Claves: Turismo Gastronómico, Revalorización, saberes, ancestral, patrimonio

Abstract:

The present work consists of revaluating and rescuing the gastronomic identity by means of the lagua (k’alapurka) and putting in possession like gastronomic tourist destination the city of Potosí, preserving the original extract in the making of the k’alapurka and to announce the nutritional values of the ingredients of the k’alapurka to put in possession the consumption of the lagua that will allow to generate economic resources to the city, achieve that the k’alapurka is a gastronomic patrimony. The gastronomic tourism is undoubtedly a resource that development and expansion is in growth. therefore it has turned into a resource of high potentiality, sustained in the realized bibliographical studies. The main target is of revaluating and rescuing the gastronomic identity by means of the lagua (k’alapurka) and putting in possession like gastronomic tourist destination the city of Potosí, what it helped us to support in the realized work methodology doing an analysis and synthesis, the analysis of the gastronomic reality potosina that very few know its making, demonstrated by the skills of investigation of encuestaras, interviews and observation on the work. One has managed to revalue the lagua of the K’alapurka with the gastronomic tourism, promoting a fair, and that in the communities the people could live together with the national and foreign tourists and they coexist with the same ones doing the harvested one, sowing and the enjoyment of its plates especially of this nourishing delight as it is the lagua.

Keywords: Gastronomic Tourism, Revaluation, knowledge, ancestral, heritage

Introducción

La importancia de los alimentos en al ámbito turístico radica en que al hacer un viaje, es la comida uno de los factores que más se recordará aun cuando se hayan visto y disfrutado paisajes espectaculares o

impresionantes monumentos; definitivamente el lugar va a ser permanentemente recordado por lo que se comió, incluyendo no sólo la calidad de los alimentos y bebidas sino también por la higiene, el servicio y el ambiente; todo esto en conjunto hará grata e inolvidable la experiencia de viajar.

Así y de hecho determinado viajeros consideran como motivación principal de un viaje el acudir a un determinado restaurante o sencillamente conocer mejor la cocina de una zona geográfica concreta como parte de la experiencia que pretende con su visita. Por otro lado, y aunque la comida no es el motivo principal del viaje si se configura como un elemento clave para realizar el viaje y por tanto en uno de los aspectos fundamentales que deben de tenerse en cuenta para promocionar una determinada área geográfica.

La ciudad de Potosí y porque no decir todo el departamento tiene una gama de productos alimenticios, es un departamento que tiene las tres regiones que permiten tener una variedad de ingredientes propios del altiplano, cabeceras de valle, y valles cada uno de ellos con su representación gastronómica por tanto la ciudad de Potosí por su importancia económica por la minería llega a concentrar una diversidad de culturas y costumbres representadas en la comida y sus diferentes variedades como el kachi chuño, ají de pelado, ají de habas, humintas, tamales, etc. Donde uno de los más representativos son las diferentes laguas y entre ellas la K'alapurka.

Para concluir diremos que el turismo gastronómico se define en la actualidad como una de las grandes apuestas para potenciar o consolidar destinos turísticos, debido a la motivación, cada vez mayor, que tiene para los viajeros el conocimiento de todo lo relacionado con la cultura gastronómico de los lugares que visita.

Objetivos del turismo gastronómico

Conocer y experimentar determinados tipos de comidas y bebidas particulares de una región.

* Dar a conocer las especialidades gastronómicas que se preparan con motivos o en fechas especiales y que coinciden con fiestas cívicas o culturales de importancia local y/o nacional ó porque son de temporada.

* Saber de ingredientes e incluso que el mismo turista aprenda a preparar los platillos para ser sorprendido al descubrir nuevas sensaciones y experiencias culinarias.

Características

El turismo gastronómico se presenta como una nueva opción para adentrarse en el mundo de los sabores y el cual está dirigido tanto a personas conocedoras del arte del buen comer (chefs o gourmets) como a todo tipo de gente dispuesta a experimentar una nueva aventura culinaria.

Entre las actividades que contempla este sector se encuentran la asistencia a restaurantes donde se sirven platillos típicos, visita a mercados y tiendas de venta de productos alimenticios, observar o incluso cocinar en una de las casas de los lugareños así como la participación en fiestas locales donde la comida es uno de los invitados principales.

Cabe destacar que este sector turístico se asocia perfecta y generalmente a otras actividades que forman parte del turismo rural.

Justificación

La cocina tiene su origen junto con la aparición del hombre desde su primera necesidad de comer, a un principio siendo nómada buscando bayas raíces y otros, posteriormente se vuelve cazador y van buscando a su presa, una vez conociendo y dominando el fuego, la caza y pesca el hombre se vuelve sedentario por lo tanto empieza a transformar los alimentos para su consumo sean estos cocidos, hervidos, fritos, etc.

Los métodos y técnicas de cocina enseñadas en las escuelas de cocina han logrado dar mayor importancia al buen comer y se considera a la gastronomía como una fuente importante para la actividad turística

Se puede decir que la Gastronomía es el estudio de la relación entre cultura y alimento. A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte de cocinar y los platillos alrededor de una mesa. Sin embargo, esta es una pequeña parte de dicha disciplina.

No siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo, ya que la gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida. De esta forma se vinculan las Bellas Artes, ciencias sociales, ciencias naturales e incluso ciencias exactas alrededor del sistema alimenticio del ser humano.

El turismo es una herramienta muy importante para el desarrollo económico de los países. Lo cual ha generado que, en la actualidad, estos enfrenten una gran competencia por atraer al mayor número de turistas. Para esto, los países necesitan de una imagen, ya que ésta es asociada con la calidad o seriedad de un producto o servicio, gracias a estos atributos el público puede definir la eficiencia del mismo.

En la actualidad las nuevas tendencias motivacionales del turismo hacen que el visitante o turista busquen nuevas experiencias y vivencias en los lugares que visitan.

La ciudad de Potosí por su naturaleza histórica y cultural tiene una oferta turística diversa en la que puede satisfacer las diferentes necesidades del visitante

El presente trabajo logra identificar dos actividades turísticas donde el visitante podrá disfrutar de su visita en la ciudad de Potosí y sus alrededores.

El turismo gastronómico hoy en día es una de las tendencias más solicitadas en los países ya que es la única forma de conocer sus tradiciones, raíces y costumbres además con sus ingredientes tradicionales y únicos. El turismo vivencial, permite al turista ser parte de la cultura donde podrá disfrutar de sus costumbres y tradiciones

El turismo gastronómico contribuye a la conservación de la biodiversidad y los paisajes; favorece la continuidad poblacional de las áreas rurales; mantiene los usos, las costumbres y las funciones que permiten preservar la riqueza patrimonial material e inmaterial del territorio y recuperar la memoria culinaria.

El turismo gastronómico es sin lugar a dudas un recurso que está en crecimiento desarrollo y expansión. Por lo que se ha convertido en un recurso de alta potencialidad

Conceptos básicos

- **Turismo rural y de naturaleza:** se trata de personas que quieren salir de su entorno normal de las grandes ciudades y sumergirse en uno más natural; en cuestiones gastronómicas este tipo de turistas buscan también el ser partícipes en la preparación de sus alimentos, existen en México granjas especiales en donde el visitante se sumerge en la vida cotidiana de este lugar, desde el hecho de levantarse temprano a ordeñar una vaca y recolectar huevo para desayunar hasta el preparar la tierra con el fin de sembrar y que ésta produzca más alimento.
- **Turismo Cultural:** practicado por personas que gustan de visitar ciudades con tradición e historia, en donde la mejor opción para comer son las pequeñas fondas o mercados en

donde se ofrecen los platillos tradicionales de la región, con ese sabor que los caracteriza y que aún no están tan comercializados.

- **Patrimonio intangible:** Este patrimonio cultural intangible, transmitido a través de las generaciones, es constantemente recreado por las colectividades y los grupos en su respuesta al medioambiente, en su interacción con la naturaleza y con su propia historia, y les proporciona un sentido de identidad y continuidad, fomentando de este modo el respeto por la diversidad cultural y la creatividad humana. La cocina es una manifestación del patrimonio cultural intangible, ella tiene, como todas las artes y según queda ya dicho, un fundamento material que, en este caso, es la variedad de los productos de la tierra, del agua y del aire que sirven de alimento a los seres humanos.

- **Cocina:** La palabra cocina puede ser utilizada para hacer referencia a tres diferentes elementos. En primer lugar, una de las acepciones más usadas es la que vincula al término con un área o espacio específico de la casa donde se preparan los alimentos y donde se lleva a cabo la acción de cocinar. Por otro lado, la cocina puede ser también el aparato o máquina con el cual se cocinan los alimentos en diferentes modos. Finalmente, la cocina puede ser entendida como el conjunto de prácticas culinarias que tienen como objetivo la preparación y cocción de alimentos con el fin de ser consumidos por el ser humano. En este sentido, esta última definición se vincula también con las costumbres culinarias de una región o espacio geográfico determinado. Por lo tanto, la cocina también se entiende como las diferentes prácticas gastronómicas específicas de una región. Por lo general, la cocina más difundida es la de tipo francés y es ella en gran medida la que establece las pautas de la cocina occidental en términos de herramientas, técnicas, materiales y tipos de preparación, identificando posteriormente tipos de cocina como la Italiana, Española, Peruana, Boliviana, etc..

- **Tradición:** La definición de tradición o tradicional, se considera a lo típico, y en cocina se refiere a aquello que el individuo recuerda añora cuando está fuera de su país o región, donde no puede disfrutar o comer. Lo que corresponde es a esa transmisión de generación a generación en el conocimiento sobre sus costumbres, etnias, educación, etc. Se puede entender que por esta razón se puede difundir a lo tradicional va con sus características y tipologías propias de cada región o lugar con sus tradiciones culinarias existentes, haciendo presente constantemente

Propuesta

El presente trabajo consiste en revalorizar y rescatar la identidad gastronómica mediante la lagua (k'alapurka) y posesionar como destino turístico gastronómico a la ciudad de Potosí, preservando la esencia original en la elaboración de la k'alapurka y dar a conocer los valores nutricionales de los ingredientes de la kalapurka para posesionar el consumo de la lagua que permitirá generar recursos económicos a la ciudad, lograr que la kalapurka sea patrimonio gastronómico

El turismo gastronómico empodera a todos aquellos que se involucran y configuran la cadena de valor gastronómica, especialmente a las comunidades locales y también a los profesionales en su calidad de embajadores del territorio, reforzando así la identidad y el sentido de pertenencia y salvaguardando la autenticidad de cada lugar. Considerado como la cadena alimentaria, desde su producción, cosecha, comercialización, transformación y presentación de un producto, utilizando los cuatro saberes holísticos de la educación tenemos:

- Cuando el turista piensa en ir a un destino turístico se imagina la ciudad, la cultura, se imagina el destino y principalmente su gastronomía que va a comer y donde comer.
- Conocer: la comunidad receptora para el turismo, como las personas de a pie, los estudiantes se convierten en facilitadores de historia de la lagua su procedimiento, elaboración, convirtiendo a la sociedad en protagonista de conocer
- Hacer: en función al conocer los procedimientos será participe de la elaboración
- Ser: este proceso permitirá revalorizar la cultura gastronómica de la lagua patrimonial
- Decidir: lograr y poner en practica todo lo adquirido en conocimiento, decidiendo la puesta en valor a la gastronomía potosina como ejemplo principal a la Lagua K´alapurka como patrimonio de la ciudad de Potosí y lograr ser destino turístico gastronómico vivencial.

La metodología de conocimiento y puesta en valor a la lagua como representación a la gastronomía potosina el Instituto Tecnológico Humberto Portocarrero ha promocionado desde el año 2012 y hasta el 2017 diferentes Ferias sobre la gastronomía principalmente de la lagua, el presente año se realizó en la Casa Nacional de la Moneda teniendo una mayor participación de la población tal como se muestra en el siguiente cuadro.



Fuente: Elaboración propia

Este cuadro nos muestra el número de personas que han visitado la feria en sus cinco versiones realizadas de la Feria de la Lagua el año 2012 fue Fuente Elaboración Propia, basándome en la visita de 100 personas a partir del año 2014 donde se promociona esta feria con apoyo del Gobierno municipal y luego departamental es claro el aumento de visitantes a la feria, lo que significa que para los siguientes años el progreso será mayor y el trabajo por parte de los estudiantes también los será.

El año 2012 se empezó en predios de la institución, posteriormente se lanza a la población con el afán de hacer conocer la gastronomía potosina, con el apoyo del municipio y gobernación del departamento en los siguientes años se amplía la participación de la población, como reto se tiene para la siguiente gestión llegar a más de 1000 visitantes a la feria.

Una de las actividades es la de hacer conocer la elaboración de la propia Laguna K'alapurka, principalmente que el propio comensal, turista, o visitante conozca la elaboración e ingredientes y propiedades nutritivas, tomando en cuenta su experiencia en la elaboración de la misma, como se indica a continuación.

RECETA DE LA K'ALAPURKA

Fuente: Elaboración Propia

		
<p>INGREDIENTES: 1 kgs. De Carne o charque de res 8 papas sipancachi 1/4 libra de harina de maíz blanco 1/2 libra de harina willkaparu Aji colorado crudo y molido 1 cebolla 1 ajo</p> <p>ESPECIAS: Orégano Sal Comino Pimienta Chachacoma Pupusa</p>	<p>Roca Volcanica, rodada por rio (conocida como ala y mosca)</p>	<p>Producto Elaborado Kalapurka</p>

El anterior cuadro se muestra la receta de la Laguna K'alapurka con los ingredientes principales mostrando a cada turista o visitante, cuáles son sus componentes para que los pueda conocer y saber cuál es la forma de elaboración de la misma además de tener esa experiencia de preparar su propia lagua.

Uno de los problemas que se ha mostrado con respecto a la gastronomía Boliviana y principalmente a la del altiplano es la falta de conocimiento sobre qué es lo que se consume y que propiedades nutricionales tienen ellos por lo tanto en el siguiente cuadro se demuestra los valores nutricionales de la Laguna K'alapurka, haciendo un estudio por cada uno de los ingredientes en un valor nutricional por cada 100 grs

**Valores nutricionales:
 La composición es por cada 100 grs.**

Alimento	Valor Energético Calorías	Proteínas	Hidratos de Carbono
Carne	235	33.37	0
Papa	93	2.71	21.12

Alimento	Valor Energético Calorías	Proteínas	Hidratos de Carbono
Harina de maíz	378	9.04	77.65
Harina Willkaparu	339	7.82	76.97
Ají colorado	43	1.46	10.57
Cebolla	51	.67	12.42
Ajo	144	6.84	32.25
Mote pelado	358	9.07	73.81

Fuente: Elaboración Propia

El trabajo pretende dar a conocer la importancia gastronómica del departamento y ciudad de Potosí, su importancia de ser patrimonio gastronómico, ya que esto permitirá tener un mayor número de visitante conocido como el Turismo Gastronómico vivencial, y como beneficiarios del proyecto y presente trabajo se tiene:



Fuente: Elaboración Propia

Conclusiones

- El turismo gastronómico se define en la actualidad como una de las grandes apuestas para potenciar o consolidar destinos turísticos, debido a la motivación, cada vez mayor, que tiene para los viajeros el conocimiento de todo lo relacionado con la cultura gastronómica de los lugares que visita.
- Así, y de hecho, determinados viajeros consideran como motivación principal de su viaje el acudir a un determinado restaurante o sencillamente conocer mejor la cocina de una zona geográfica concreta como parte de la experiencia que pretende con su visita.
- Por otro lado, y aunque en ocasiones la comida no es el motivo principal del viaje, sí se configura como un elemento clave para realizar el viaje y, por tanto, en uno de los aspectos fundamentales que deben de tenerse en cuenta para promocionar una determinada área geográfica.
- La gastronomía es un recurso clave en la propuesta de valor y diferenciación de los destinos y el turismo gastronómico se ha convertido en un segmento de mercado en sí mismo. Pero hay un reto pendiente en términos de promoción y en la implantación de estrategias y planes de acción que maximicen sus resultados. La responsabilidad social corporativa y personal ha de ser incorporada también a este ejercicio.

- El turismo gastronómico amplía la mirada, partiendo del ejercicio realizado por los chefs y restaurantes como altavoz para proyectar la riqueza gastronómica, incorporando el triángulo entre cocina, producto y territorio. Así, la inclusión de los productores agrarios y ganaderos, las queserías, los mercados, las lonjas, las bodegas, los artesanos, los intérpretes del territorio y todos aquellos que construyen la identidad del lugar enriquecen la propuesta de valor de los destinos.

Referencias bibliográficas

Altamiras, Juan, Nuevo Arte y Cocina, edit. Barcelona 1767

Aguirre Guerra, Francisco Manuel, Estrategia de Promoción turística para el Calendario Gastronómico de la Ciudad de Potosí, Tesis de grado para la obtención de Licenciatura en Turismo U.A.T.F. carrera de Turismo

Carta Internacional de Turismo Cultural adoptada por ICOMOS en la 12ª Asamblea General en México. (octubre, 1999) La Gestión del Turismo con Patrimonio Significativo

Consultado en: http://www.international.icomos.org/tourism_sp.htm

Rossells, Beatriz, La Gastronomía en Potosí y Sucre en los Siglos XVIII Y XIX, edit. Khana Cruz SRL. La Paz 1995

Paredes Candía, Antonio, La comida Popular Boliviana, edit. Popular La Paz (1990). <https://www.definicionabc.com/general/cocina.php>

Proyectoración del Geoparque Andino Torotoro (Potosí: Bolivia): Potencial para el turismo científico, ictiológico y espeleológico especializado en Bolivia

Prof. Dr. Lic. Enrique Richard

Comité Científico, del Torotoro Geoparque Andino

Fundación EMEGECE, UNESCO

chelonos@gmail.com

https://www.researchgate.net/profile/Enrique_Richard

Resumen

El objetivo de la presente nota es contribuir al conocimiento del potencial para el turismo especializado de los espeleoambientes del Torotoro Geoparque Andino y la fauna íctica asociada. La presencia de una especie íctica endémica con preadaptaciones a la vida hipogea como *Trichomycterus cf barbouri* visible y conspicua en diferentes cuerpos de agua, tanto epigeos como hipogeos, se constituyen en el principal atractivo tanto para el turismo científico, como íctico y espeleológico, además de los espeleotemas que contextualizan el atractivo. Sin embargo, se necesitan aún más investigaciones y sus publicaciones resultantes para realizar la adecuada puesta en valor de los recursos y el discurso de sustentación resultante. Así como un programa de capacitación y educación ambiental coherente. Entre los factores turísticos negativos (FEN's) más importantes citamos que la población íctica sufre la contaminación por jabones y detergentes de las personas que lavan su ropa o se bañan en el río Umajalanta y demás ríos donde habita la especie.

Palabras claves: Turismo especializado, ictiología, espeleología, Torotoro Geoparque Andino

Abstract

The objective of the present note is to contribute to the knowledge of the potential for the espeleoambientes of the Andean Geopark Torotoro specialized tourism and associated fish fauna. The presence of a endemic fish species with preadaption to hypogean life as *Trichomycterus cf barbouri* visible and conspicuous in different wáter bodies, both epigean and hypogean, constitute the main attraction for scientific tourism, as lakes and speleological, besides speleotheims which contextualise the attraction. However even more research and resulting publications are needed to perform the appropriate enhancement of resources and the resulting speech. As well as a coherent environmental education and training program. Among the factors tourist negatives (FEN's) most important quote that the fish population suffers pollution from soaps and detergents for people who wash their clothes or bathe in Umajalanta river.

Keywords: specialized tourism, ictiología, espeleología, Andean Geopark Torotoro

Introducción e importancia temática

Acorde con la UNESCO (2017), un geoparque es una zona protegida que cuenta con un patrimonio de importancia internacional, que cumple asimismo con criterios de unidad y estética. Este patrimonio es utilizado para promover el desarrollo sostenible de las comunidades locales establecidas en el lugar. En la misma línea, y según el experto francés Guy Martini, los geoparques son territorios nuevos, amparados por la UNESCO, en los que se promueve una apertura al pensamiento, a la investigación y a la reflexión (utilizando) una metodología para la conservación del patrimonio geológico, (y desarrollando) métodos para la enseñanza de diversas disciplinas geocientíficas (UNESCO 2017).

Por otro lado, el turismo alternativo o especializado ha sido definido como “Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales” (Nieva 2004). En este contexto, los geoparques se muestran como el destino ideal por excelencia para la práctica del turismo especializado, una forma de turismo que además de la sostenibilidad ambiental incluye la sostenibilidad social al involucrar a los actores locales (Canoni y Schemkel 2017). Entonces el turismo alternativo ha ido dando lugar al término especializado porque el objeto o finalidad del mismo es, precisamente, altamente especializado. En este sentido, en los últimos años han ido apareciendo modalidades tan específicas como el turismo fungológico, ictiológico, científico, geológico, ornitológico y espeleológico entre otros. Algunas formas de turismo especializado como el ictiológico y el espeleológico pueden considerarse además subcategorías del ecoturismo, definido éste como “Una modalidad del turismo sostenible que a su vez se inserta dentro del marco general de desarrollo sostenible. Por tanto, el ecoturismo es todo aquel turismo que contribuye al desarrollo sostenible” (Ceballos-Lascuráin 1994).

En el caso del Torotoro Geoparque Andino (TGA), con un paisaje geomorfológico único y la mayor expresión del paisaje kárstico de Bolivia (Becerra 1998, García *et al* 2006) se constituye en el destino ideal para el turismo espeleológico, entendido como aquel que en su práctica se desarrolla en el ámbito del turismo alternativo ya sea en las modalidades de ecoturismo o turismo aventura, centrado en la naturaleza, donde se busca un muy bajo impacto, además de motivar al visitante potencial el deseo de conocer y convertirlo en aliado de los objetivos de conservación que se le proponen (Allemand 2005). Actualmente, la principal fuente de ingreso de las poblaciones del TGA es la actividad agropecuaria de carácter mayoritariamente de subsistencia por lo que los recursos turísticos no son valorados en general por los pobladores, a diferencia de aquellos de los cuales dependen (Spinoza 2008).

El objetivo de esta breve nota es entonces proponer el turismo ictiológico y espeleológico como formas de turismo especializado como alternativa económica y ecológica sostenible válida a la agricultura de subsistencia para el TGA.

Métodos

A la fecha (2017) se han realizado un total de tres misiones científicas auspiciadas y financiadas por la Fundación emegece. Como resultado de las mismas y las encuestas realizadas a los distintos sectores y actores sociales involucrados, actualmente se tiene un gran avance en el conocimiento de la geología, geomorfología, arqueología, sociología y de la historia natural de la biodiversidad local, especialmente de aquellos elementos endémicos del TGA. En base a dicha información y teniendo en cuenta las limitantes de extensión de la presente nota, solo nos limitaremos a describir el potencial para el desarrollo del turismo espeleológico, científico e ictico del sistema hídrico conformado por el Río Umajalanta, su caverna asociada y los peces que allí habitan.

Resultados

Turismo espeleológico y científico: Si bien existen actualmente más de 40 cavernas registradas (García *et al* 2006), sin duda la mayor de todas es Umajalanta. Esta caverna está formada por el quiebre y posterior caída de una de las K'asas del sinclinal de Torotoro sobre el río Umajalanta, situación que ofrece un potencial único para el turismo científico, geológico, paleontológico, geomorfológico y por supuesto espeleológico. En el área circundante de Umajalanta entonces algunos de los principales recursos para el turismo especializado (Científico, geológico y espeleológico) identificados son:

1.- La posibilidad de observar y estudiar el techo de la caverna, que como se indicó está formado por un K'asa del sinclinal de Torotoro del período cretácico y por tanto incluyen estratos con las formaciones y fósiles de dicho período.

2.- Fósiles correspondientes al mar cretácico, principalmente bivalvos y gasterópodos en gran cantidad y variedad y de fácil acceso para su documentación fotográfica. El mar cretácico de Torotoro era un mar relativamente cálido (23 °C) y con abundante biodiversidad.



Foto 1: Rocas emergentes en los alrededores de Umajalanta conteniendo grandes cantidades de fósiles cretácicos. Foto: Enrique Richard

3.- Varios estratos con huellas (icnitas) de dinosaurios, principalmente del suborden Theropoda, también del cretácico.



Foto 2: Uno de varios estratos con huellas de dinosaurios cretácicos, en este caso de terópodos. Foto: Enrique Richard

4.- La entrada a la caverna de Umajalanta es, en sí misma, un gran ecosistema donde se puede ver biodiversidad con diferentes grados de adaptación a espeleoambientes, pero que además es propia de la región. Entre ellos tenemos una gran variedad de aves: *Turdus chibuanco*, *Sicalis luteocephala*, *Bubo virginianus*, *Falco sparverius*, *Colaptes rupicola*, así como dos especies de psitácidos y golondrinas. Asimismo, en el interior de la entrada existen varias familias de vizcachas (*Lagidium viscacia*), roedores andinos típicos de las regiones rocosas altas y principales alimentos de uno de los félidos más raros del mundo: *Leopardus jacobita*, el gato andino que también habita los alrededores y que se encuentra en peligro de extinción acorde a la IUCN. De igual forma, existen colonias de murciélagos insectívoros y hematófagos (*Desmodus rotundus*). En la entrada existen también arbustos de plantas medicinales nativas como el boldo (*Peumus boldus*). En los cuerpos de

agua se puede observar el *Trichomyterus cf barbouri* un pez siluriforme que presenta preadaptaciones a los ambientes hipógeos (Richard y Florents 2017). En el exterior es muy común la presencia de cóndores (*Vultur gryphus*), una de las aves más emblemáticas y carismáticas para el turismo ornitológico, científico y para el ecoturismo en general.

5.- La gran variedad de espeleotemas (Mayormente secundarios) (*vide* White y Culver 2012) con una gran diversidad de tipologías que presenta el interior, permitiría incluso hacer una escuela formal de espeleología y actividades espeleológicas en Torotoro y/o un posgrado permanente de la temática con asistencia de universidades bolivianas y extranjeras, complementadas con prácticas “in situ” y trabajos de investigación (Incluido tesis) en las diferentes cavernas que existen en el TGA. Un recorrido de los aproximadamente 600 m habilitados en la caverna y que normalmente se hacen en aproximadamente dos horas; con un turismo especializado llevaría 6 hs como mínimo estudiando y observando la gran variedad de espeleotemas y procesos de espeleogénesis, dinámica kárstica local, hidrogeología kárstica, ecología de cavernas, adaptación de organismos a las mismas, etc. De igual forma, tanto el trayecto habilitado como el no habilitado que supera los 1,5 km se constituyen en una fuente prácticamente ilimitada de temas de estudio en las áreas mencionadas y para evaluar incluso el impacto de la respiración y calor humano en el interior de la caverna con vistas a realizar estudios más realistas de capacidad de carga turística. En los alrededores de la caverna de Umajalanta se pueden admirar también espeleotemas primarios.



Foto 3: Nótese la gran variedad de espeleotemas deferentes que existen en una sola cámara de la caverna de Umajalanta. Foto: Enrique Richard



Foto 4: Aspecto general de la cámara que contiene el espeleotema (fondo) denominado “el sauce”. Foto: Enrique Richard

6.- Como parte de la gran variedad de espeleotemas, la laguna Cachuela permitiría también la práctica de actividades de observación, estudio e investigación espeleológica subacuática.

Turismo ictiológico y científico: Esta forma de turismo especializado tiene el mayor público objetivo entre acuaristas serios y apasionados que buscan conocer los hábitats naturales de los peces que criaron durante toda su vida y de ser posible, ver a dichos peces desenvolverse libremente en su propio ecosistema. El perfil de este tipo de turismo focaliza también a aquellas especies endémicas, raras o con características muy peculiares. En este sentido durante décadas se promocionó que en la caverna de Umajalanta habitaba una especie de pez troglobio (Adaptado únicamente a vivir en el interior de la caverna) (Trajano 2001), ciego y despigmentado (Richard 2017) al que se le atribuyó el nombre científico de *Trichomyterus chaberti* y del cual se afirmaba también que sus poblaciones estaban aisladas de las poblaciones de otra especie en el exterior de la caverna: *Trichomyterus cf barbouri* (Miranda y Pouilly 2001) denominados epigeos por vivir fuera de la caverna. Luego de extensos estudios en el lugar realizados por la III Misión Científica de la Fundación EMEGECE, se pudo demostrar (Richard y Florents 2017) que:

1.- *T. cf barbouri* ingresa a la caverna a través del río Umajalanta junto a otros elementos de la biodiversidad epigea como larvas de Anura (*Hypsiboas* spp) e Insecta (Odonata y Ephemeroptera). Existe un flujo continuo de los mismos, como se verificó en cada cuerpo de agua en el recorrido desde la boca de la caverna hasta Laguna Cachuela, aprox, 600 m en el interior de la caverna

2.- En el río Umajalanta se registró adultos de *T. cf barbouri* despigmentados en el exterior de la caverna y en el interior de la misma. Asimismo, se registró adultos pigmentados en ambos lugares. No se observó diferencias significativas entre los ojos de individuos epigeos e hipogeos (n=267)

3.- *T. cf barbouri* es una especie preferentemente nocturna. Los adultos normalmente están ocultos bajo rocas durante el día y excepcionalmente salen durante las horas del día. Cuando se los molesta y salen están descoloridos, luego adquieren coloración críptica. Los juveniles son preferentemente nocturnos también pero con mayor presencia durante el día que los adultos y como ellos poseen coloración críptica (Verlo en: <https://youtu.be/AxxnycQ03vA>). La adaptación críptica con el ambiente en el que vive, mostrando que la vista es totalmente funcional tanto en las formas hipogeas como epigeas

4.- Lo anteriormente expuesto apoya la hipótesis de que los bagres del interior y exterior de la caverna de Umajalanta son la **misma** especie como lo sospechara oportunamente Ringuelet (1974). Sólo resta confirmar la verdadera identidad de especie del interior de la caverna que ahora quedaría provisionalmente como *Trichomycterus cf barbouri*. Probablemente las diferencias morfológicas observadas por otros autores en individuos hipogeos vs epigeos se deban a la plasticidad fenotípica (Por ej. preadaptaciones a la vida hipogea) que manifiesta el género *Trichomycterus*. Por tanto, los hábitos hipogeos de las especies serían facultativos.

5.- *T. cf barbouri* posee respiración atmosférica como se constató en Laguna Cachuela (Río Umajalanta, Caverna) y en el río Cuchira Huayko, aún en ambientes de alta oxigenación (verlo en: <https://youtu.be/6Ua6K7OleZ4>)

6.- *T. cf barbouri* muestra una gran plasticidad adaptativa habiéndolo encontrado en agua con temperaturas de 9 °C y 24 °C (Setiembre de 2017) y tanto en lechos rocosos sin vegetación como en lechos arenosos y limosos con vegetación algal densa.

7.- Los adultos de la especie son sensibles al nivel del agua y la temperatura de la misma. Cuando el nivel del agua es inferior a 3 ó 4 cm y/o la temperatura supera los 28 °C el animal puede abandonar el cuerpo de agua siguiendo preferentemente rastros de agua y trepando pendientes de 46° a 75° o sorteando obstáculos de hasta 7 cm a 90° en la búsqueda de otros cuerpos de agua (Verlo en: <https://youtu.be/n6c1no734xQ>). Probablemente (nuestra hipótesis) este comportamiento observado “in situ” se debe a que, en temporada seca, los ríos quedan fragmentados y muchos cuerpos de agua donde habitan quedan reducidos o incluso secos como se ha observado en esta misión científica. En este caso, la respiración intestinal y el poder “caminar” usando las aletas y sus “ganchos” pectorales sin duda ayudan a la especie a evitar la muerte encontrando otros cuerpos de agua con mejores condiciones de habitabilidad.

8.- *T cf. barbouri* adultos y juveniles manifiestan un comportamiento agonístico observado “in situ” y “ex situ”. En su fase leve, el contacto entre individuos origina un rechazo violento entre ellos. En su fase aguda se colocan flanco con flanco y sus bocas toman las aletas ventrales del contrincante o bien se toman por la boca. Estos encuentros duran unos cuantos segundos y luego se separan.

9.- Si bien era “vox populi” que en la laguna Cachuela y otros cuerpos de agua del interior de Umajalanta existían celulares, linternas y cámaras de fotos caídas por descuido de los turistas, el buceo en la laguna Cachuela, no reveló presencia de tales objetos.

10.- Los espejos de agua donde habita *T. cf barbouri* están constantemente amenazados por acciones antrópicas: Uso de jabones y detergentes para lavado de ropa, personas que se bañan en ellos y animales domésticos que se revuelcan en ellos.

11.- Algunos pobladores actualmente mantienen la costumbre de consumir bagres en forma de ají acompañándolos con fideos.

Todos estos descubrimientos y la propia historia de dos especies que ahora son una, así como la problemática ambiental que compromete su existencia hacen que esta especie tenga un atractivo único para el turismo ictiológico y científico. Por otro lado, las límpidas aguas del río Umajalanta en temporada invernal permitirían que los turistas se soslayan observando desenvolverse a esta especie durante horas. Complementariamente, los espejos de agua donde habita son susceptibles de ser abordados con cámaras de acción tipo “© GoPro” y de esa manera poder filmar su historia natural como lo hicimos nosotros durante la III Misión científica de la Fundación EMEGECE. Finalmente, otra opción es la de poder observarlos como parte de las actividades subacuáticas que potencialmente pueden desarrollarse en el interior de la caverna de Umajalanta, en la Laguna Cachuela, aunque en este último caso restringiéndolo, por el potencial impacto, a turistas científicos únicamente.



Foto 5: *Trichomycterus cf barbouri* fotografiado en el exterior de la caverna. Foto: Enrique Richard



Foto 6: *Trichomycterus cf barbouri* fotografiado en el interior de la caverna. Foto: Enrique Richard



Foto 7: Pobladores locales lavando su ropa en un espejo de agua habitado por *T. cf barbouri*. Foto: Enrique Richard



Foto 8: Ejemplar adulto de *T. cf barbouri* dejando un espejo de agua y “caminando” con sus aletas pectorales hacia otro cuerpo de agua. Foto: Enrique Richard

Discusión y conclusiones

A partir de las Misiones Científicas de la Fundación emegecé se vienen produciendo artículos científicos, documentales, cuñas radiales, programas televisivos y una página WEB específica para el TGA a fin de socializar los nuevos descubrimientos y además se proyecta publicar un Atlas del TGA. Paralelamente, la Fundación EMEGECE viene realizando programas de capacitación formal junto al Instituto Técnico Superior Charcas de Torotoro. Sin embargo, estas acciones no se verán reflejadas en las presentes propuestas dirigidas a fomentar el turismo especializado en tanto no se transversalicen también en el sistema educativo formal y en cursos de capacitación específicos para Guías y Guardaparques. Actualmente, acorde a nuestras encuestas, entre tantos problemas inherentes al TGA, sigue subsistiendo la venta de fósiles y espeleotemas, la persecución de especies silvestres como el gato andino (*Leopardus jacobita*), la paraba de frente roja (*Ara rubrogenis*), la contaminación del agua que utilizan para beber y que es hábitat del bagre de Umajalanta (*Trichomycterus cf barbouri*). Por otro lado, se necesita seguir fomentando procesos de concientización sobre el patrimonio del TGA y sobre todo generar un proceso de apropiación del mismo. Las encuestas realizadas durante la III Misión Científica indican que no solo falta esta apropiación, sino que además existe una falta generalizada de conocimiento de dicho patrimonio. En este sentido, como indican Richard y Contreras (2012) “nadie ama lo que no conoce y nadie cuida o conserva lo que no ama”. Por tanto, se necesita que, desde el sistema formal, nivel primario, secundario y terciario se incorporen contenidos del TGA en los aspectos de Geología, Biología, Sociología, Historia etc. de manera de que los niños y jóvenes conozcan y se apropien del patrimonio, que se maravillen como lo hacen los visitantes, y sobre todo que lo amen. Logrado esto, la conservación de dicho patrimonio será una consecuencia lógica del proceso educativo más que de leyes y reglamentos. Complementariamente, este potencial que ofrece el turismo especializado en diferentes áreas, no sólo las aquí tratadas, y el conocimiento y apropiación del mismo permitirá que los jóvenes visualicen a Torotoro como un lugar que les ofrece un futuro prometedor de trabajo y vida digna, al tiempo que se evitará el actual proceso de migración de jóvenes a áreas urbanas más densas.

El TGA actualmente cuenta con los recursos turísticos necesarios para el turismo especializados en diferentes áreas incluidas las aquí tratadas, pero la materialización del mismo sólo podrá darse cuando el personal guía cuente con la capacitación especializada también y la sociedad acompañe el proceso

Referencia Bibliográfica

Allemand, J. (2005). Espeleoturismo: La importancia de capacitar guías turísticos especializados. *Bol. Inf. Soc. Argentina de Espeleología* 3: 2-3.

- Becerra de La Roca, R. (1998). La espeleología en Bolivia. *Revista Humajalanta* 1; 4 – 7
- Canoni J. P. y Schenkel E. 2017. Turismo alternativo. Recuperado de <http://www.cecies.org/articulo.asp?id=373>
- Ceballos-Lascuráin, H. (1996): *Tourism, ecotourism and protected areas: The state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development* – IUCN, Gland, Switzerland, and Cambridge, UK.
- Dominguez, P. A. Bernard M. y E. Burguete H. (2001). Turismo alternativo y tecnología. *Revista Gestión Turística* 2: 41 - 73
- García Crispieri G., F. Fontúrbel & E. Richard. (2009). *Plan de Manejo del Área natural de manejo Integrado Torotoro 2006 - 2016*. Ed. EcoDreams Multimedia y Fundación EMEGECE, La Paz, 352p.
- Miranda, G. y M. Pouilly. (2001). *Morphology and reproductive strategies of cave fish of genus Trichomycterus in Torotoro National Park (Potosí, Bolivia)*. Pp 369-375. En *SpeleoBrazil 2001. 13th International Congress of Speleology 4th Speleological Congress of Latin América and caribbean, 26th Brazilian Congress of Speleology*.
- Nieva, A. (2004). *Turismo alternativo una nueva forma de hacer turismo*. Secretaría de Turismo, Subsecretaría de Operación Turística, Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos, Dirección de Desarrollo de Turismo Alternativo. México DF. 60 p
- Richard, E. (2017). Sobre el estado actual los bagres (*Trichomycterus chaberti*, Actinopterygii, Siluriformes) en tres cuerpos de agua de la caverna de Umajalanta (Geoparque Andino Torotoro, Potosí, Bolivia) y potenciales amenazas. *Rev. NLDE, Fund. EMEGECE* 3 (2): 10-11
- Richard, E. & D. I. Contreras Zapata. (2012). *Educación Ambiental para el Tercer Milenio: Un enfoque epistemológico, pedagógico, legítimo y legal*. Instituto de Investigaciones, Convenio Andrés Bello. 418 p. La Paz. Bolivia.
- Richard, E. y M. Florents (2017). Nuevos datos y descubrimientos sobre la historia natural del bagre de Umajalanta (¿*Trichomycterus chaberti*?) de la III Misión Científica de la Fundación EMEGECE a Torotoro (Potosí, Bolivia). *Revista NLDE* 3 (5): 14 - 15
- Ringuelet, R. (1974). Breves comentarios sobre un pez cavernícola de Bolivia (*Pygidium chaberti* Durand, 1968). *Neotropica* 20 (62): 65 – 66
- Trajano, E. (2001). Ecology of subterranean fishes: an overview. *Environmental Biology of Fishes* 62, 133–160.
- Spinoza, S (2008). *Valoración económica de recursos naturales y culturales del Parque Nacional Torotoro*. Conservation Strategy Fund, Serie Conservación Estratégica 1: 1 – 96. La Paz.
- UNESCO (2017). *Los Geoparques Mundiales de la UNESCO*. UNESCO, Paris, Francia. 20 p.
- White, W. y D. Culver. (2012) *Encyclopedia of caves*. 2da Ed. Elsevier Inc. 963 p.

