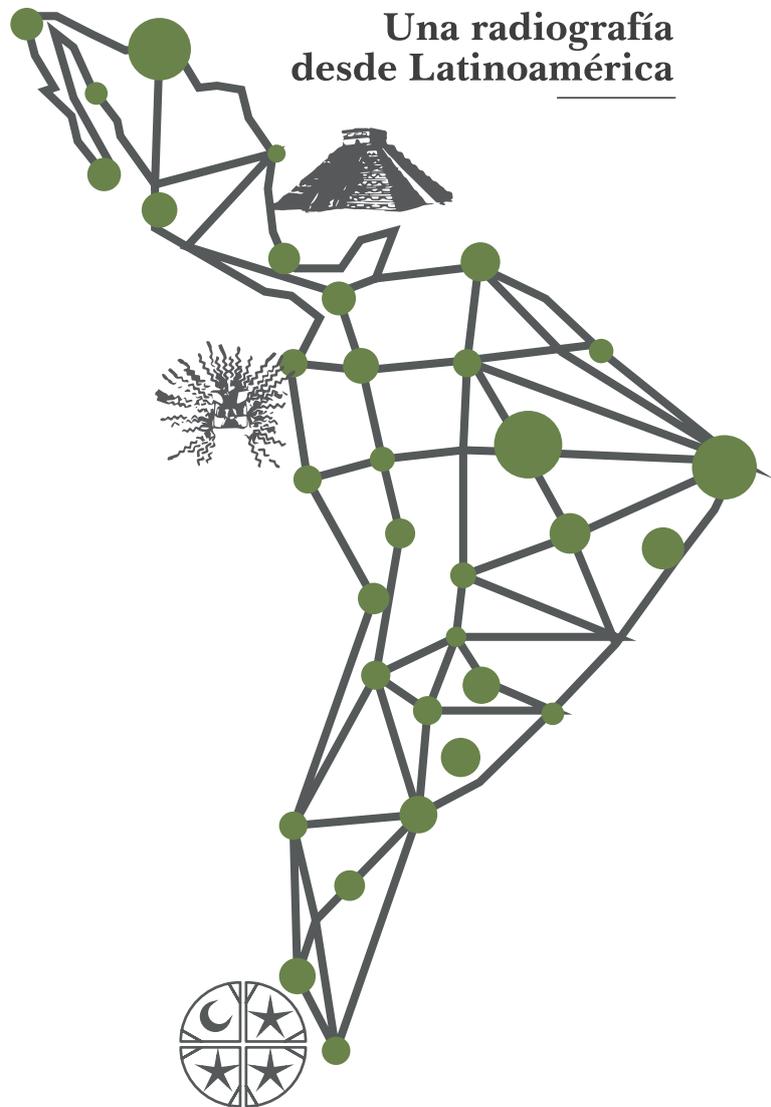




TURISMO RURAL

Una radiografía desde Latinoamérica



Rebeca Osorio González,
Oswaldo Echeverría
Humberto Thomé Ortiz
(Coordinadores)

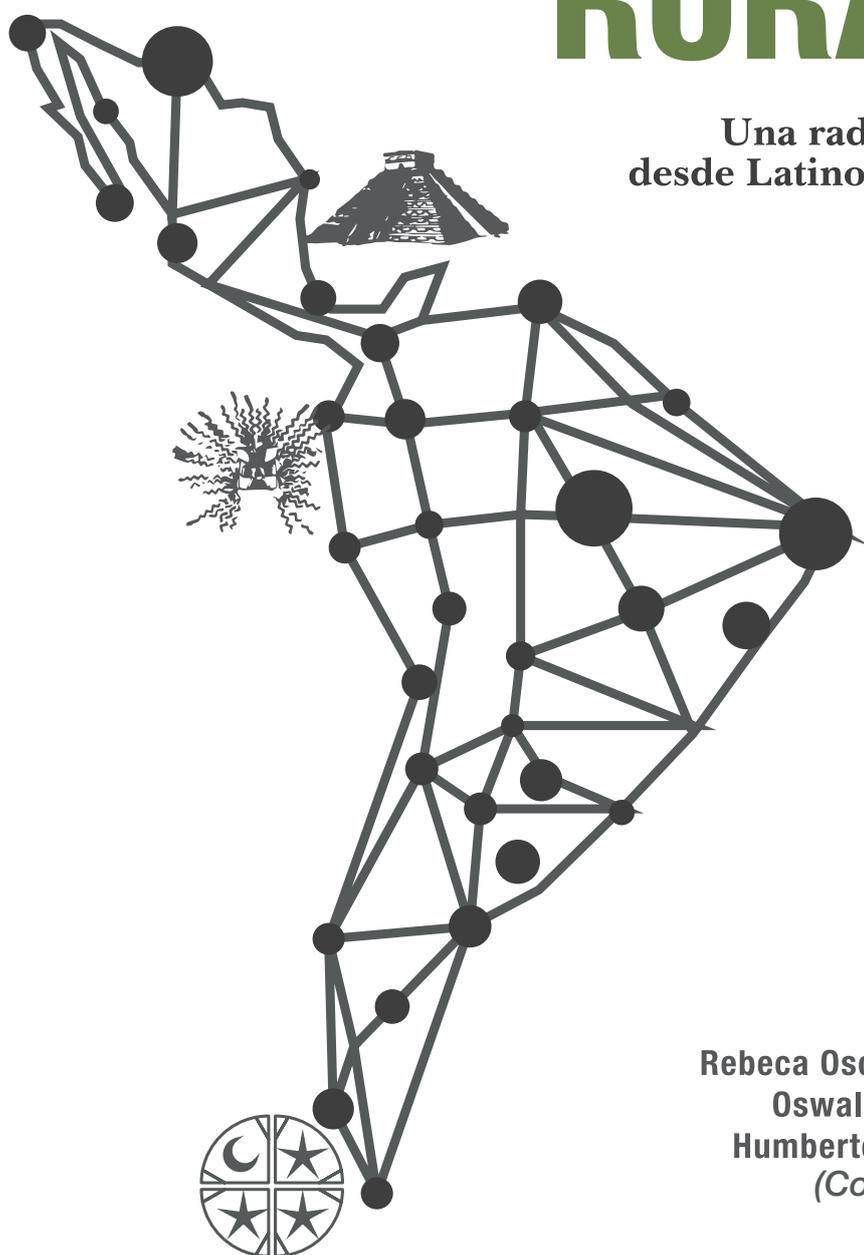






TURISMO RURAL

Una radiografía
desde Latinoamérica



Rebeca Osorio González,
Oswaldo Echeverría
Humberto Thomé Ortiz
(Coordinadores)

CRÉDITOS

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Marcelo Cevallos Vallejos PhD.

Rector

Miguel Naranjo Toro PhD.

Vicerrector Académico

Dr. José Revelo Ruiz.

Vicerrector Administrativo

COMITÉ COORDINADOR:

Rebeca Osorio González

rosoriog@uaemex.mx

Oswaldo Echeverría Cachipundo

goecheverria@utn.edu.ec

Humberto Thomé Ortiz

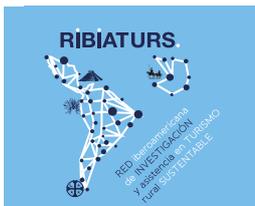
hthomeo@uaemex.mx

Este libro tiene el aval de revisores externos conforme al reglamento interno de la universidad.

REDES DE INVESTIGACIÓN:

Red Iberoamericana de Investigación y asistencia en turismo rural sustentable.

Asociación Mexicana de Turismo Rural.



FOTOGRAFÍAS: Oswaldo Echeverría Cachipundo, Rebeca Osorio González.

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN: Liseth Quilumbango

ISBN: 978-9942-845-09-2



Editorial Universitaria 2022©
Universidad Técnica del Norte
Av. 17 de Julio, 5-21
Ibarra - Imbabura - Ecuador
Tel. + 593 (6) 2997800
www.utn.edu.ec

CONTENIDO

8	Presentación
12	EJE TEMÁTICO: APROXIMACIONES TEÓRICO – METODOLÓGICAS PARA EL ESTUDIO DEL TURISMO RURAL
13	Neoliberalismo y turismo rural. Los retos de los investigadores universitarios
28	Modelo conceptual para el análisis de experiencias turísticas centradas en el patrimonio cultural inmaterial del medio rural mexicano
50	Turismo comunitario como iniciativa del desarrollo rural en La Parroquia San Rafael de la Laguna
70	El desarrollo local endógeno como reto para impulsar el turismo rural en Ecuador “Caso de estudio comunidad Shuar Napurak en la amazonía ecuatoriana”
92	Metodología para el planteamiento del desarrollo de turismo rural. Caso El Cisne – Ecuador
110	EJE TEMÁTICO: EXPERIENCIAS DE TURISMO RURAL: ESTUDIO Y SISTEMATIZACIÓN DE CASOS
111	Percepción del potencial de desarrollo de actividades de turismo rural y de naturaleza en el municipio de Comondú
132	Diagnóstico socio-productivo e inventario de recursos para el diseño de una Ruta Agroalimentaria como herramienta de revalorización y comercialización del pulque en el municipio de Jiquipilco Estado de México
161	El impulso de la miel en el turismo gastronómico bio-cultural de la Ruta TUT, Yucatán
181	Hacia un turismo en espacios rurales con desarrollo local a través del modelo de gestión para resultados
205	Propuesta para el desarrollo de turismo rural en Ecuador. Caso de estudio El Cisne
225	Conclusiones

PRESENTACIÓN

Humberto Thomé Ortiz
Rebeca Osorio González
Oswaldo Echeverría

La presente obra es un trabajo colectivo que aglutina el esfuerzo por sistematizar y documentar las características estructurales y funcionales del turismo rural en el contexto de algunos países latinoamericanos; para ello, el trabajo integra dos ejes temáticos: el primero de ellos presenta las aproximaciones teóricas y metodológicas para el abordaje del turismo en el medio rural latinoamericano; mientras que el segundo, se ocupa de presentar una serie de experiencias empíricas de turismo rural a partir de la sistematización de las mismas y el estudio de casos paradigmáticos, ya sea por su potencial de desarrollo o por los impactos que estos han tenido sobre el territorio.

El turismo rural, en el contexto de América Latina, ha sido una actividad que ha seguido una lógica prescriptiva emanada de políticas globales de desarrollo rural que se cristalizan en la esfera local. Dichos preceptos se enmarcan en un proyecto de reestructuración productiva del espacio rural, basado en la multifuncionalidad de los territorios y la pluriactividad de los actores sociales, con lo que se busca ensanchar las capacidades productivas del espacio rural, a partir de la inserción de nuevas actividades del sector secundario y terciario, entre las que el turismo rural ocupa un lugar preponderante.

Dada la forma vertical con la que han sido implementadas las políticas turísticas para el medio rural latinoamericano, los efectos de sus primeros ensayos (que se remontan a la segunda mitad del siglo XX), ya se hacen evidentes. Ello nos permite inferir que la evidencia empírica es suficiente; sin embargo, ésta no se ha sistematizado para tratar de comprender los impactos de la turistificación del espacio rural, definir la epistemología de este campo de estudio y proponer una visión propia de América Latina.

Lo expuesto anteriormente, permite destacar la pertinencia de elaborar una obra como *Turismo Rural, una radiografía desde Latinoamérica*, la cual hace un esfuerzo por exponer algunas de las perspectivas teóricas y metodológicas desde las que se ha abordado el turismo rural en el caso latinoamericano. Por otra parte, es importante considerar el papel reivindicativo que la obra hace sobre los estudios de caso como método de enseñanza-aprendizaje y como estrategia para sistematizar la realidad. Las formulaciones teórico-metodológicas se entrelazan con los estudios de caso, puesto que, tanto fenómenos emergentes como la apropiación turística del espacio rural, deben construirse en un ir y venir entre la teoría y la realidad.

No es coincidente que el capítulo con el que se abre la obra sea *“Las paradojas del turismo rural. Los retos del investigador social”*, en el cual Neptalí Monterroso Salvati-

rra y Lilia Zizumbo Villarreal, trazan un recorrido crítico de los análisis sobre el turismo rural, desde una perspectiva materialista-histórica. Sin duda, las características particulares de muchas comunidades rurales nos obligan a pensar, críticamente, en los significados que tiene la incidencia de una actividad con un marcado talante capitalista como puede ser el turismo.

Alfonso González Damián nos presenta un modelo para el análisis de experiencias turísticas, centradas en el patrimonio cultural inmaterial del medio rural mexicano, cuya aportación es mostrar las áreas de oportunidad y los riesgos que implica la construcción de experiencias de turismo rural, basadas en el patrimonio inmaterial del campo mexicano. Para ello, el autor hace uso de los enfoques de la economía de las experiencias, la perspectiva patrimonial, el turismo cultural y los campos de acción estratégica.

Dennis Ortiz Cumbal, Victoria Ruiz Erazo, Armando Flores Ruiz y Antonela Camacás Urresta, articulan la actividad turística emanada de la zona rural de San Rafael de la Laguna, con una estrategia de desarrollo rural. El trabajo invita a la reflexión sobre las posibles articulaciones entre turismo comunitario y las transformaciones socioeconómicas, culturales y políticas del campo latinoamericano en el contexto de la globalización.

En el capítulo *“El desarrollo local endógeno como reto para impulsar el turismo rural en Ecuador. Caso de estudio comunidad Shuar Na-*

purak en la amazonía ecuatoriana”, de Ana Patricia Armijos Maurad, Alexandra del Rosario Moncayo Vega y Franz Pucha-Cofrep, se hace una reflexión acerca de la incidencia de las políticas públicas en la implementación de la actividad turística, a partir de la organización colectiva orientada a la movilidad social. El trabajo enfoca el papel del capital social y la construcción de lazos de confianza, como precondiciones para el desarrollo de los proyectos turísticos. Por otra parte, se explora el papel que estas nuevas actividades rurales no agropecuarias, pueden jugar en los procesos de re-valorización de la naturaleza y como herramientas de educación ambiental.

Estefanía Sánchez-Cevallos, Christian Viñán-Merecí y Alex Paúl Ludeña Reyes presentan una propuesta metodológica para el desarrollo del turismo rural, desde la experiencia ecuatoriana. Se destaca que la perspectiva metodológica propuesta apunta hacia un enfoque territorial como escala para detonar el turismo, al mismo tiempo que recupera los métodos participativos como elemento clave en la apropiación social de las estrategias de desarrollo, basadas en el turismo. Sin duda, la sostenibilidad, la equidad de género y la diversificación productiva, son aspectos transversales que destacan en la propuesta. Una de las aportaciones sustantivas de este planteamiento metodológico es la contribución que hace como paradigma orientador de las políticas públicas, aplicadas a contextos concretos. El capítulo intitulado: *“Percepción del potencial de desarrollo de actividades de turismo*

rural y de naturaleza en el municipio de Comondú”, cuyos autores son Reyna María Ibáñez Pérez y Ricardo Cabañas Pérez nos aporta una mirada fresca sobre las percepciones que la población rural desarrolla, en torno a la actividad turística. En ese sentido, es importante destacar las percepciones locales en términos de bienestar y desarrollo; y la conceptualización general del turismo. El trabajo muestra la ambivalencia con la que es percibida la actividad turística, que se debate entre los beneficios e impactos que ésta genera en las comunidades rurales.

Minerva Peralta Escobar, Rebeca Osorio González, Gerardo Novo Espinosa de los Monteros y Héctor Javier Favila Cisneros, nos presentan un estudio de caso sobre una propuesta de turismo agroalimentario que tiene como objetivo fundamental la valorización de una bebida ancestral, característica del Altiplano Central Mexicano: el pulque. Para ello, los autores elaboran un diagnóstico socio-productivo del territorio pulquero de Jiquipilco, el cual se correlaciona con el inventario de los recursos con que se cuenta. Se discute sobre el potencial turístico del territorio y sobre la idoneidad la implementación del modelo de ruta, como una estrategia de desarrollo rural integrado.

En el capítulo *“El impulso de la miel en el turismo gastronómico bio-cultural de la Ruta TUT, Yucatán”*, Rocío Carolina Murguía Argüelles, Noel Magaña Be y Miriam Uitz May nos presentan un ejercicio de interpretación del patrimonio a partir del cual se recupera la miel como un recurso

gastronómico, susceptible de ser aprovechado turísticamente. La perspectiva biocultural, donde se articulan componentes naturales y sociales en los recursos endógenos, nos provee una perspectiva excepcional para comprender la forma en que se relaciona el ser humano con su entorno, a través de los sistemas de producción del turismo. El estudio de caso múltiple es una aproximación para discutir el modelo de rutas como una forma de ordenamiento de la actividad turística en una escala territorial dada.

El trabajo de Manuel Hernández Luna, intitulado: *“Hacia un turismo en espacios rurales con desarrollo local a través del modelo de gestión para resultados”*, parte de una interesante reflexión acerca de la coexistencia de las crisis urbanas y rurales, donde los estilos de vida de las grandes urbes ponen en valor los servicios culturales que oferta el campo como escenarios turísticos. Esta afortunada coincidencia es la piedra angular para innovar en el turismo rural, a partir del modelo de gestión por resultados, coadyuvando con ello, a superar las dificultades que han sido detectadas en algunos proyectos de turismo rural comunitario en el Estado de México.

Tania-Jackeline Ochoa-Ochoa, Ana Patricia Armijos Maurad y Verónica Mora-Jácome desarrollan una propuesta para el desarrollo del turismo rural del Ecuador, a partir del caso de la zona rural de El Cisne. La propuesta postula la complejidad implícita en la reconversión de los territorios rurales, hacia la activi-

dad turística, con lo que es posible entender que este tipo de iniciativas deben plantearse in situ y de manera específica, como un ejercicio de ingeniería del desarrollo que implica una transformación en las escalas económica, social y ambiental, con la finalidad de promover una mejora tangible en las condiciones de vida de la población local. Este ejercicio deductivo, se apoya en los recursos característicos del territorio, siendo este caso un ejemplo paradigmático de la articulación entre turismo religioso y capital rural, en la construcción de una oferta de ocio diferenciada.

La metáfora de la radiografía, utilizada en el título de la obra, hace justicia a este trabajo, ya que esta técnica diagnóstica radiológica, permite tener una imagen de los componentes más densos de alguna parte del cuerpo en una escala de grises para determinar su estado estructural y funcionamiento. Con ello quisimos generar una representación general de una parte del turismo rural latinoamericano para poder generar una visión diagnóstica que, eventualmente, podrá ser refinada mediante técnicas de investigación más sofisticadas. Tal y como ocurre con las radiografías, los componentes individuales de este volumen (capítulos) son un discurso circular que puede leerse de manera independiente, sin embargo, el conjunto ayuda a conformar una interpretación sistémica, orgánica y más articulada del fenómeno turístico rural.

Esperamos que esta obra contribuya a fortalecer el necesario debate teórico,

metodológico y empírico del turismo rural en América Latina, constituyendo un ejercicio de reflexión que invite a la apertura de nuevos debates e inspire la exploración de nuevos objetos de estudio. Deseamos que nuestros interlocutores tengan una buena lectura, que enriquezca sus reflexiones a partir de una mirada crítica e inquisitiva.



EJE TEMÁTICO:

**APROXIMACIONES TEÓRICO –
METODOLÓGICAS PARA EL ESTUDIO
DEL TURISMO RURAL**



**NEOLIBERALISMO Y TURISMO RURAL.
LOS RETOS DE LOS INVESTIGADORES
UNIVERSITARIOSⁱ**

Neptalí Monterroso Salvatierra
Lilia Zizumbo Villarreal
Universidad Autónoma del Estado de México

(Cuestión previa. El Licenciado Jesús Reyes Heróles, un prominente político mexicano, estableció la siguiente máxima: “en política, la forma es el contenido”. Parece que esa máxima se trató de cumplir en este evento. Académicos y funcionarios públicos estamos reflexionando y discutiendo sobre turismo rural en un medio rural, con motivos y eventos rurales. Pero no hay en esta reunión pobladores rurales, o si los hay son muy pocos, uno o dos. De manera que pobladores urbanos estamos discutiendo cuestiones rurales. Como este no es un evento político sino académico, sería deseable que la próxima edición, aunque perdamos un poco las formas, congregue a pobladores rurales. Más aún, en los congresos de turismo rural, la expresión de los pobladores rurales, debe ser una condición *sine qua non*).

INTRODUCCIÓN

El ofrecimiento de servicios turísticos desde las comunidades rurales tiene larga data. Puede decirse que en los países latinoamericanos existe desde hace muchos años. Son prácticas relativamente antiguas: el ofrecimiento de comidas, los paseos a caballo o en pequeñas “diligencias” jaladas por cabras o ponis, la introducción a lugares selváticos con el auxilio de un guía, y muchas otras prácticas que, si le preguntamos a nuestros abuelos, la mayoría de ellos las tiene en su memoria. Son acciones que muchas familias rurales

realizan para complementar los ingresos que les producen las actividades agrícolas, pecuarias y forestales propias del medio en el que viven. Son acciones que, desde antaño, engalanan nuestras zonas rurales al ofrecernos un paisaje que va más allá de los ríos, las montañas, las cañadas, los valles y demás atributos y bellezas naturales de los cuales están llenos los pueblos de América Latina.

Lo que sí es nuevo es el reconocimiento que ahora se hace de esas prácticas como actividades turísticas, y también el establecimiento de negocios empresariales por parte de personas que, por lo regular, son ajenas a los pueblos de montaña donde fincan sus negocios, a los cuales llegaron al enterarse que habían sido convertidos en atractivos turísticos. También resultan ser nuevas, algunas actividades que estos nuevos habitantes o, incluso, los habituales, introducen para llamar la atención e incrementar el número de visitantes al lugar. De manera que hablar de turismo rural en nuestros días, es hablar de algo tradicional que tiene mucho de nuevo, que ha incrementado su complejidad porque ha incorporado nuevos actores, diversificado los servicios y multiplicado las relaciones sociales.

El estudio de estas actividades turísticas rurales en las facultades y escuelas de turismo también es nuevo. Durante mucho tiempo en esos centros académicos solo se reconoció como turismo, lo relativo a los viajes que significaban traslados de un país a otro, siempre y cuando se pernoctara en el país ajeno. Cuando se hablaba de turismo solo se hacía referencia a los

viajeros externos (turismo receptivo) y a los que salían del país (turismo egresivo), sobre todo, se estudiaba el primero de ellos ya que, de acuerdo con los teóricos de esos tiempos, era el que interesaba porque, se decía, es el que produce las divisas que se necesitan para el desarrollo. No se atendían, o se les daba poca atención, los problemas que el turismo receptivo arrastra consigo: sus efectos en la naturaleza y en las poblaciones locales; tampoco se estudiaban los servicios que ofrecían las familias rurales para complementar sus ingresos porque, se decía, eso no era turismo.

Mucho menos se estudiaba turismo en las escuelas y facultades de agronomía. Siendo el turismo una actividad para lugares de sol y playa, no se pensaba que podía ser útil para lograr el desarrollo de las zonas rurales internas y de montaña, se estaba seguro de que éstas sólo se podían desarrollar impulsando las actividades agrícolas (agricultura, ganadería y pesca). Incluso las actividades forestales se reducían a cuestiones dasonómicas y silviculturales, haciéndose a un lado o dándole una importancia menor a todo aquello que tenía que ver con la producción económica forestal. Por eso nos llamó la atención y aplaudimos que en esta ocasión hallamos sido invitados para hablar, reflexionar y discutir sobre turismo rural, un tema que recién llegó a las facultades y escuelas de turismo y de agricultura. Llegó junto con el nuevo siglo, lo que quiere decir que, por lo menos en el país, ya tiene un poco más de veinte años de estarse trabajando y un poco menos de estarse estudiando.

También quiere decir que, dado que incluye actividades que tienen larga data, este tipo de turismo interesó académicamente hasta que, desde los organismos internacionales se planteó como una alternativa para el desarrollo de las zonas rurales, o sea, como la solución para resolver el problema de la pobreza rural. En tal sentido, el turismo como política para el desarrollo rural, es una política neoliberal porque es durante la aplicación de este modelo que se plantea como política de Estado. Fue planteado cuando el neoliberalismo estaba por cumplir dos décadas de estarse aplicando, de manera que no fue el primer planteamiento turístico que hicieron los impulsores de ese modelo de desarrollo.

Desde que asumimos el turismo como nuestro objeto de estudio hace ya varios años, nos preguntamos ¿por qué las actividades recreativas y de relajamiento de las poblaciones nacionales, no forman parte de los estudios turísticos? Luego, cuando a principios de siglo surgió el turismo alternativo e inmediatamente después el turismo rural, y sobre ambos se plantearon políticas de Estado, nos surgieron nuevas preguntas, sobre todo, con respecto al turismo rural: ¿Por qué ahora sí? ¿Por qué ahora es importante incorporar a las comunidades rurales al turismo? ¿Están pidiendo esas comunidades apoyo para dedicarse al ofrecimiento de servicios turísticos? ¿Cuáles son las razones por las que los gobiernos neoliberales se interesan por el turismo rural? ¿Por qué lo asumen como política social y no como política económica productiva?

En esta ponencia ofrecemos algunas de las respuestas a esas preguntas, a las que hemos llegado en nuestros estudios sobre el turismo rural en las dos primeras décadas del nuevo siglo. Dichas respuestas tienen como punto de partida nuestro convencimiento de que, en efecto, el turismo rural puede ser una alternativa de desarrollo para las poblaciones rurales, pero, fundamentalmente, para aquellas que quedan excluidas de los proyectos de turismo rural que se impulsan desde las dependencias oficiales neoliberales y desde ámbitos no gubernamentales en los que se piensa y actúa de la misma manera. En tal sentido pensamos que la tarea de los profesionales agrícolas y del turismo, no consiste en oponernos sistemáticamente a los proyectos de turismo rural, sino que radica en modificar la intencionalidad y la forma en la que se impulsan, procurando orientarlas a beneficiar a las poblaciones desposeídas y explotadas que habitan las zonas rurales. Con ese objetivo compartimos, en esta oportunidad, parte de la experiencia que hemos adquirido esperando contribuir, desde nuestra perspectiva, al debate sobre el turismo rural.

EL TURISMO, DE POLÍTICA ECONÓMICA A POLÍTICA SOCIAL

En la teoría social cuando se habla de políticas, la mayoría de los autores hace referencia a los lineamientos que orientan y conducen las actuaciones de las instituciones públicas (gobiernos, iglesias, universidades, etc.) para solucionar determinados problemas públicos. Hablando específicamente de los gobiernos, las políticas que estos enuncian se refieren a

una gran cantidad de aspectos debido a lo amplio que es el actuar gubernamental, por lo que, cuando se quiere hacer referencia a la totalidad de lineamientos establecidos para orientar ese accionar, se recurre casi siempre a alguna clasificación. Una de las clasificaciones más generales es la que reconoce tres tipos de políticas gubernamentales: las de gobierno, que tienen que ver con cuestiones de seguridad, soberanía, derechos humanos, relaciones internacionales, etc.; las económicas, que son las relativas a orientar y conducir la producción, la distribución y el consumo de todo lo que se produce a nivel interno y lo que llega del exterior del país; y las sociales, a través de las cuales se atienden las necesidades básicas de la población (educación, salud, trabajo) o las condiciones que su insatisfacción o la forma en la que se organiza y comporta la sociedad, han generado (pobreza, desigualdad, intolerancia, racismo, machismo, etc.).

Cuando a finales de los años veinte del siglo pasado, en América Latina en general y en México en particular, se introdujo el turismo como política gubernamental de desarrollo, el carácter que se le dio fue de política económica, porque el interés por el turismo se reducía a su naturaleza económica como actividad generadora de divisasⁱⁱ. Únicamente se consideraba turistas a los viajeros externos (turismo receptivo) y a los que salían del país (turismo egresivo), pero, sobre todo, turista era el que llegaba del extranjero y dejaba divisas, nada más. A esos dos tipos de turismo se les agrupa ahora como turismo tradicional y es también tradicional que

sólo se estudien desde la perspectiva de los ingresos o egresos que producen.

Gracias al carácter nacionalista que, finalmente, asumió el gobierno mexicano después de la revolución que culminó en 1917, que permitió más adelante decretar y llevar a cabo la reforma agraria, la nacionalización petrolera y otras acciones de beneficio popular, fueron creados a partir de los años sesenta del siglo pasado, los centros recreativos para los trabajadores (como Oaxtepec, por ejemplo), para ofrecerles oportunidades de recreación y ocio, tanto a los trabajadores del sector público como del privado. Estos eran, en todo el sentido de la palabra, centros vacacionales turísticos, pero no se les reconocía como tales y, más bien, se resaltaba su carácter recreativo. A pesar de que, en las escuelas de turismo, cuando se hacía referencia a las actividades que se realizaban en ellos, se hablaba de turismo socialⁱⁱⁱ.

Cuando los gobernantes de la mayor parte de países de América Latina, a principios de los años ochenta del siglo pasado, aceptaron asumir el modelo neoliberal para orientar el desarrollo, las nuevas políticas que se enuncian reducen la participación gubernamental en las actividades económicas^{iv} para dejar estas en las manos de los empresarios. En el caso del turismo, se privatizan los centros integralmente planeados con lo cual el ofrecimiento de servicios turísticos se traslada totalmente al sector privado. Además, se elimina la política social con la que se atendían las necesidades recreativas de los trabajadores y se trasladan al sector privado los centros recreativos para trabajadores.

Con las privatizaciones apuntadas, se fortalece el carácter económico productivo que, desde los años veinte, se le viene dando a las actividades turísticas y se amplía el turismo tradicional de sol y playa, el que se va a ver de nuevo ampliado con la incorporación de otras playas a la actividad, a partir de la creación de nuevos centros turísticos integralmente planeados. Los grandes consorcios turísticos están ahora operando en la Riviera Maya y demás costas de la península y del mar Caribe, así como en las costas del Pacífico, desde Huatulco hasta Los cabos. En su conjunto, todas estas ampliaciones del turismo tradicional de sol y playa que hemos apuntado se dan durante la que podemos identificar, para el turismo, como la primera etapa de aplicación del modelo neoliberal en el país.

Posteriormente, ya en los años noventa, los gobernantes neoliberales incorporaron a la actividad turística lugares de montaña y ciudades interiores, así como actividades y grupos sociales que, hasta ese entonces, no habían sido tomados en cuenta para desarrollar la actividad. Fue así como surgió un gran número de modalidades de turismo, entre las que se pueden mencionar el turismo de aventura, el cinegético, el empresarial, el cultural, el agroturismo, el ecoturismo, el turismo religioso, y un largo etcétera^v. El conjunto de estas nuevas modalidades turísticas es conocido como turismo de montaña, alternativo o turismo moderno, todas tienen en común que están centradas en la demanda y en ellas el turismo se sigue viendo como una alternativa económica generadora de divisas. Al impulsarlas se piensa en lo que quiere el

turista para su disfrute y lo que espera el empresario en relación con su ganancia, pero no se piensa en lo que ganarán o perderán los pobladores de los territorios en los que se establecen esas nuevas modalidades.

De manera que, hasta finales de siglo, tanto el turismo tradicional como el moderno tenían, en el modelo neoliberal, un carácter fundamentalmente económico en el que poco interesaban las poblaciones incorporadas a los servicios; todo estaba centrado en la atención de los turistas para la obtención de divisas. Es en esos momentos, casi junto con la llegada del nuevo siglo, cuando se empieza a plantear que el turismo puede ser una excelente alternativa para resolver el problema de la pobreza en el medio rural. Ese planteamiento es el que da lugar al surgimiento del turismo como política de desarrollo rural y a que se le inscriba como parte de las políticas sociales rurales impulsadas por los gobiernos neoliberales. A describir ese planteamiento dedicamos el siguiente apartado.

EL TURISMO RURAL COMO POLÍTICA SOCIAL

El turismo rural surge, a principios de siglo, como uno de los principales elementos de las políticas sociales neoliberales. En esas políticas se le considera como una alternativa para el desarrollo de las poblaciones rurales, es decir, como una política para que dichas poblaciones puedan superar las condiciones de pobreza, extrema o moderada, en las que viven. Lo que estas políticas plantean es

impulsar el ofrecimiento de servicios turísticos desde las poblaciones rurales, lo que quiere decir que es una modalidad que se piensa e impulsa desde la oferta de servicios, en la que el centro de interés son los pobladores, no los turistas. Los casi veinte años en los que se han venido aplicando estas nuevas políticas sociales, ponen de manifiesto que el turismo rural se impulsa “desde arriba”, es decir, desde las estructuras de los gobiernos, sean estos federales, estatales o municipales; pero también, que se impulsa “desde abajo”, es decir, por iniciativa de las propias comunidades rurales, como una nueva forma de sobrevivencia y de desarrollo endógeno.

Cuando se impulsa desde los gobiernos, la experiencia nos dice que el énfasis se pone en la búsqueda y formación de nuevos empresarios; se identifican pobladores o comuneros con condiciones empresariales y, si no las tienen, que puedan generarlas para volverse empresarios, con ellos se trabaja la generación de nuevos negocios turísticos y/o el mejoramiento de los existentes^{vi}. Esto quiere decir que las políticas sociales gubernamentales, tienen una clara orientación hacia los mercados; son, por lo tanto, políticas en las que, lo que interesa, es ampliar el carácter capitalista de las economías. Las poblaciones más pobres no se atienden porque no muestran capacidades empresariales, no son población-objeto de este tipo de proyectos que conforman las políticas sociales gubernamentales.

Desde estas políticas se habla de poblaciones y comunidades rurales, de peque-

ñas y medianas empresas turísticas, de empresas turísticas colectivas, de medio ambiente, del cuidado de la naturaleza, de enfoques de género, étnico y ambiental para el desarrollo, de recuperación cultural, de aminorar la pobreza y de muchas cosas más, pero, dados los sujetos que se seleccionan para aplicarlas, lo que realmente interesa es contribuir al desarrollo de la economía de mercado. Solo se atienden aquellos miembros de las localidades o comunidades que muestran capacidades empresariales y se apuesta por el desarrollo de proyectos turísticos productivos a través de los cuales se impulsa la creación de empresas turísticas privadas. Los pobladores rurales que no muestran capacidades empresariales son dejados al margen, abandonados por estas políticas.

Estas nuevas políticas sociales turísticas han sustituido a las que se impulsaban durante la aplicación del modelo del Estado de Bienestar. Como se apuntó en el apartado anterior, con aquellas políticas sociales se atendían las necesidades recreativas de los trabajadores, tanto de las empresas privadas como del Estado. En tanto que las impulsadas actualmente desde las estructuras gubernamentales, estimulan la creación de mecanismos para facilitar la apropiación privada de los espacios y paisajes rurales y despiertan la competencia por la riqueza y la obtención de ganancias; en suma, buscan desarrollar el modo de producción capitalista en las zonas rurales.

Empresarios, nuevos y viejos, apoyándose en personal del Estado, van a las comuni-

dades a ver si tienen gastronomía, playas, ríos, cataratas, cuevas, selvas o cualquier otro tipo de belleza escénica para convertirlos en atractivos turísticos, ofertarlos y explotarlos en su propio beneficio y no en el de las comunidades locales. Con esa información desde las oficinas de gobierno o de los despachos privados, se elaboran proyectos de desarrollo turístico para los que se encuentra rápido financiamiento en instituciones como el Banco Mundial, el Banco Interamericano, la Organización Mundial de Turismo y en el elevado número de agencias bilaterales de ayuda que existen y apoyan el desarrollo de ese tipo de proyectos.

Es, pues, evidente, la forma en la que los gobiernos neoliberales han venido ampliando la economía de mercado a partir del turismo. Primero con la privatización de los centros turísticos integralmente planeados y los centros recreativos para los trabajadores. Luego con la construcción de nuevos proyectos de turismo de sol y playa. Después, con el desarrollo de los proyectos de turismo alternativo y, finalmente, con el impulso de los proyectos de turismo rural que crean las grandes empresas turísticas y los “nuevos” empresarios que descubren y forman las políticas sociales. En suma, las políticas sociales turísticas impulsadas por los gobiernos neoliberales “desde arriba”, representan una alternativa más para desarrollar el capitalismo en las zonas rurales. No son políticas generadas pensando en la necesidad que existe de elevar los niveles de bienestar de los pobladores rurales.

En general, para el establecimiento de los megaproyectos neoliberales de desarrollo se llega, incluso, a plantear la inexistencia de las comunidades rurales para despojarlas de sus territorios. Es el caso de lo que sucedió en el municipio de Ixtacamaxtitlán, Puebla, para dar lugar a la construcción del proyecto minero Ixtaca, de la empresa canadiense Almaden Minerals. En septiembre de 2018 la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CNDPI), indicó en un oficio la no presencia de población indígena en la zona, con lo que se permitía a dicha empresa explotar un yacimiento de oro y plata a cielo abierto. A principios del 2019 un grupo de representantes legales de la comunidad Nahua de Tecoltemi, solicitó un amparo contra las concesiones mineras; a partir de esa solicitud el Instituto Nacional para los Pueblos Indígenas (INPI), realizó una investigación y, en octubre de ese año, encontró que en el municipio de Ixtacamaxtitlán, específicamente en la zona en la que se encuentra el proyecto minero, existen 71 localidades indígenas (Consultado: 5.12.2019: <https://www.sinembargo.mx/05-11-2019/3673613>)

De manera que, lo que se está haciendo en concepto de desarrollo rural, va en desmedro de las comunidades rurales. Pero, como siempre sucede, desde las estructuras gubernamentales el discurso que recorre las zonas rurales es que estas políticas constituyen “una nueva forma de atender a las poblaciones rurales”, “porque estas poblaciones ya dejaron de tener interés en lo que antes hacían”, es decir, en la agricultura, ganadería o pesca que

como campesinos desarrollaban para ganarse la vida y asegurar la de sus familias. Se insiste en que las poblaciones rurales “tienen ahora nuevos intereses y nuevas formas de proceder”. Ese es el “canto de sirena” que se canta en las zonas rurales de los países de América Latina, sin haber hecho un sólo diagnóstico a nivel local. En eso consiste lo que los organismos internacionales llaman “nueva ruralidad”^{vii} y que no es más que la estrategia que usan para justificar la eliminación de los apoyos agrícolas y su sustitución por apoyos para desarrollar proyectos “no agrícolas” entre los que se encuentran los de turismo rural.

A la falta de pertinencia de esas políticas sociales se debe la emergencia de las políticas sociales turísticas “desde abajo”. Con respecto a estas, hay que comenzar diciendo que, en sentido estricto, no son políticas sino acciones que, por ser realizadas por grupos sociales que tratan de resolver, colectivamente, las necesidades de las localidades y/o comunidades radicadas en los territorios rurales, adquieren un carácter de planificación económica y social por el que algunos teóricos y algunas instituciones las identifican como acciones de economía social^{viii}. Por lo tanto, su objetivo no es el desarrollo de los mercados turísticos sino el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores y comuneros rurales.

Son experiencias que surgen por iniciativa de la propia gente de las zonas rurales, cuando éstas se dan cuenta que a través del turismo tienen posibilidades de aminsonar la crisis que viven. Por lo regular,

sin ninguna o con poca experiencia, comienzan a ofrecer servicios turísticos; en muchos casos se trata de comunidades indígenas que, por haber sido marginadas o excluidas de los programas y proyectos de desarrollo, fueron las que comenzaron a ofrecerlos.

Cuando integran el turismo a su núcleo comunitario y lo empiezan a organizar, los miembros de la comunidad participan sin ver en él una forma de acumular riqueza, sino que lo ven como una forma de obtenerla y distribuirla; de manera que se organizan para que todos reciban un beneficio del desarrollo de la actividad turística. Desde un principio incorporan a sus emprendimientos relaciones de igualdad, equidad, democracia y sustentabilidad, valores propios e inherentes a toda organización que se precia de ser comunitaria, lo que quiere decir que su visión del mundo es diferente a la de aquellos que los excluyen de sus programas y proyectos.

Son desarrollos turísticos que se basan en la participación de, prácticamente, todos los miembros de la comunidad, los que se organizan colectivamente y descubren, juntos, las bondades que tiene el turismo, lo que los impulsa a organizar cada vez de mejor manera los servicios que ofrecen y a capacitarse permanentemente para ofrecerlos cada vez en mejores condiciones. Conforme van creciendo, van ampliando su oferta de servicios, organizándose ellos mismos, sin que nadie llegue, sin organizaciones no gubernamentales ni gubernamentales, sin políticas sociales, sin asesoría de los expertos en turismo, ellos solos se incorporan al turismo y, aunque lo hacen

de una manera incipiente y sin experiencia, han logrado vivir y sobrevivir del turismo.

En la república son muchos los casos que pueden referirse para hacer ver que cuando las actividades recreativas y de ocio que se organizaban y realizaban en los pueblos de montaña y sus cercanías, fueron reconocidas como servicios y actividades turísticas, un buen número de las comunidades del país ya estaban atendiendo turistas. Cuando en las estructuras gubernamentales se dieron cuenta de sus avances, las trataron de incorporar a sus políticas sociales, pero la mayor parte de ellas no aceptó. Está el caso de La Marquesa, por ejemplo, que desde 1960, mucho antes de que empezara el neoliberalismo, las comunidades ahí localizadas ofrecían servicios a los visitantes que llegaban y a los que se les llamaba excursionistas, pero que ahora, por razones de interés económico, ya se les reconoce como turistas. Una de las comunidades ahí localizadas, San Pedro Atlapulco, es ejemplo de cómo se debe cuidar el ambiente y desarrollar el turismo; sus habitantes actúan con seguridad, sin sentir que corren algún riesgo de desfalco, agresión o condición que los pueda molestar^{ix}.

Otro caso es el de las grutas de Tolantongo, un centro vacacional creado por los ejidatarios de San Cristóbal, en el municipio de Cardonal, Estado de Hidalgo. Ahí la organización de los servicios turísticos fue tan espontánea que se empezó a dar cuando los ejidatarios, angustiados por la falta de apoyo para sus actividades agrícolas, abandonados por los programas de

desarrollo y sin ninguna posibilidad para seguir sobreviviendo como lo habían hecho hasta ese entonces, vieron que tenían una riqueza natural que podían ofrecer. Organizaron una cooperativa y lograron que la llegada de visitantes se transformara en una alternativa real para generar ingresos y mejorar sus condiciones de vida. Desde hace muchos años viven de los ingresos que el turismo les genera y les ha permitido mejorar sus condiciones de vida. No quieren saber nada de organizaciones no gubernamentales ni de programas institucionales, porque saben que los van a restringir y les van a poner condiciones para desarrollar el turismo que ellos ya han implementado y les funciona, social y económicamente, bien^x.

En una buena cantidad de casos, desde que comenzaron a actuar grupalmente buscaron integrar regiones, municipios y localidades para propiciar la obtención de mejores condiciones de vida, tanto para los miembros de la comunidad como para los que integran las comunidades circunvecinas; esto quiere decir que desarrollan, de una manera diferente, economías de escala, porque diversifican la oferta de servicios para apoyarse mutuamente. Un ejemplo de estas redes es el de las comunidades de El Valle del Mezquital, también en el Estado de Hidalgo, que han establecido fuertes lazos al generar, desde el grupo, múltiples redes fuera de él; todos se apoyan compartiendo sus experiencias productivas y organizativas para el ofrecimiento de sus productos, y fortaleciendo sus propios proyectos a partir de los intercambios de saberes y de prácticas de organización autónoma^{xi}.

LOS RETOS DE LOS INVESTIGADORES UNIVERSITARIOS

El personal de las instituciones de gobierno, contratado para operacionalizar los programas y proyectos de apoyo a través de los cuales se expresan las políticas sociales, no siempre encuentra comunidades y/o localidades que debido a la situación de pobreza y falta de oportunidades en la que se encuentran, están esperándolos para recibir esos apoyos. Hay comunidades rurales, sobre todo aquellas que han desarrollado actividades que les han permitido sobrevivir en la adversidad y sacar adelante a sus familias, que abiertamente manifiestan no necesitar esos apoyos. Pero, aunque no los requieren, tampoco los rechazan *a priori*.

Lo que ha pasado en aquellas comunidades que han desarrollado servicios turísticos sin la intervención de agentes externos y han rechazado los apoyos, es que los trabajadores sociales y/o los académicos les han puesto como condición para apoyarlos, que deben cambiar todas las formas, contenidos y procedimientos que aplican para poder apoyarlos. Similar situación se ha producido en comunidades que aún no se dedican a ofrecer servicios turísticos; los apoyos se condicionan a la aceptación de las formas, contenidos y procedimientos de los proyectos que se ofrecen. Eso es lo que los pobladores rurales no aceptan: la imposición. Sobre todo, rechazan los apoyos si los resultados económicos y sociales que han obtenido hasta esos momentos, les son favorables.

Lo primero que tenemos que entender los investigadores académicos y/o trabaja-

dores sociales es que cualquier apoyo, sobre todo si es económico, tiene que darse sin imposiciones de ninguna naturaleza. De manera que no debemos llegar con la idea de que el turismo “los va a salvar” para imponerles proyectos o negocios que, muchas veces, están fuera de su alcance o bien no tienen relación alguna con sus necesidades e intereses. Hay que pensar, más bien, que no todas las comunidades poseen bienes naturales susceptibles de ser transformados en atractivos turísticos y que no todos los comuneros pueden estar interesados en convertirse en prestadores de servicios turísticos; cuando ese sea el caso, es mejor dejarlos que desarrollen otras actividades.

Tampoco es válido calificar peyorativamente los servicios turísticos que prestan los pobladores rurales, como argumento para convencerlos de las bondades de los proyectos que llevamos; este es el caso cuándo al referirnos a la forma en la que inician los pobladores rurales sus emprendimientos turísticos, los calificamos como “turismo de cabañas y comedores”. Más bien, lo que tendríamos que pensar es cómo, a partir de ese turismo, se puede desarrollar una experiencia que ya no esté centrada en la ganancia sino en lograr el bienestar general de la población de la comunidad. Pensar cómo, esas experiencias, pueden ayudarles a cambiar sus condiciones de vida, avanzar hacia la obtención de una vida digna para todos los pobladores rurales.

Lo expuesto nos lleva a considerar que existen diferentes concepciones del mundo, y que, como universitarios, no debe-

mos aceptar que el neoliberalismo es ya, la única posibilidad que tienen para desarrollarse los pueblos de América Latina. Esa es una imposición de los organismos internacionales, que nos presentan al neoliberalismo como pensamiento único, lo que no es cierto porque los pobladores rurales nos están haciendo ver que hay diferentes formas de avanzar, de desarrollarse, de salir adelante. En suma, que hay diferentes concepciones del mundo que coexisten en los territorios y comunidades rurales.

Los universitarios tenemos que entender que el mundo es pensado, analizado y vivido de manera distinta a la oficial, que los pobladores rurales no tienen por qué vivir como los que llegamos a sus territorios pensamos que deben hacerlo. Tienen todo el derecho de mejorar sus formas de vida, en la forma en la que ellos se sientan mejor de hacerlo. Este es un principio, no es una cuestión definitiva. Cuando hablamos de principio lo que queremos decir es “a partir de ahí”. Es como decir, en filosofía de la ciencia, que el “a priori” de las políticas sociales “desde abajo” es tomar en cuenta las diversas concepciones del mundo que existen en los medios rurales.

No es cierto que los pobladores rurales no entienden lo que les sugerimos y les decimos que es bueno. Lo que pasa es que ellos tienen otra visión, otros objetivos que nosotros hacemos a un lado e, incluso, que no respetamos por nuestro afán de imponerles las ideas que les llevamos. Si realmente consideramos, como muchos ahora suelen decir, que en el me-

dio rural se ha generado ya mucho conocimiento y hay muchos saberes, entonces debemos demostrarlo respetándolos y tomándolos en cuenta.

Desde hace ya varios años algunas universidades han realizado un hermoso trabajo de recuperación de los saberes médicos de los pueblos originarios, han recogido mucha información sobre medicina tradicional. También han comercializado, han convertido en mercancías esos saberes. Pero los ingresos percibidos por su venta no llegan a los que originaron esos saberes, sino se quedan en los bolsillos de quienes los recuperaron y que ahora poseen sendas empresas de medicina tradicional. Eso es muy lamentable.

Como investigadores también tenemos que entender que esas diferentes concepciones expresan las tensiones de la realidad actual: políticas, económicas, sociales y culturales. Políticas, porque cada que se manifiesta una comunidad es criminalizada en su actuar, sus líderes y algunos de sus miembros sufren encarcelamientos, asesinatos y torturas. Económicas, porque los gobernantes apoyan a las empresas extranjeras y mexicanas, en lugar de apoyar a los pobladores locales que, en muchos casos, son los descendientes de generaciones que se establecieron ahí hace cientos de muchos años. Sociales y culturales, porque al desterritorializarlos les provocan problemas de subsistencia y los obligan a modificar sus hábitos y costumbres y ponen en riesgo de extinción a sus tradiciones. Todas estas son tensiones que los investigadores universitarios hacemos a un lado cuando hablamos de

turismo rural, como si viviéramos en un mundo diferente.

Entender también que esas diferentes concepciones expresan tanto propias de su singularidad como Eso es lo hermoso de la metodología dialéctica: lo mismo que genera el mal, puede generar el bien. Lo mismo que provoca la dificultad, contiene la posible solución. Por lo que, si aceptamos dejar que se manifiesten esas otras visiones del mundo, estaremos coadyubando a incorporar a las comunidades indígenas al turismo de manera digna.

Los investigadores universitarios debemos darnos cuenta de que los pueblos rurales han descubierto solos lo que tienen que hacer. Se han levantado en contra de las relaciones de opresión que vienen padeciendo de antaño. Han buscado su emancipación política y a partir de ahí, han buscado su bienestar social y económico despertando las fuerzas liberadoras que se envuelven en su ser. Entonces, si los pobladores rurales ya no aguantaron y lo hicieron, por qué los universitarios tenemos que aguantarlo. Nos parece que en las universidades también se necesitan ciertos levantamientos.

Luciano Concheiro, actual Subsecretario de Educación Superior del Gobierno Federal, planteó hace ya algunos meses, que en el gobierno existe la intención de mantener los montos presupuestarios que actualmente existen para el desarrollo de la investigación que hacemos los universitarios^{xiii}. O sea, que no existe la idea de bajar ese financiamiento, como se ha ru-

morado. Pero también dijo que la subsecretaría a su cargo va a apoyar todas las investigaciones que se planteen con base empírica. Pero no hay que entender base empírica como el empirismo que actualmente rige mucha de la investigación que se realiza en las universidades del país. Por padecer de ese empirismo a algunos investigadores no les gustó lo que dijo el subsecretario y por ello, plantearon un alegato diciendo que la subsecretaria le quiere quitar presupuesto a la investigación científica y técnica. Aplaudamos y acompañemos esas decisiones que tienden a eliminar la investigación que se ha alejado de las bases sociales para financiar la que esté cerca de ellas. Ese puede ser el principio del cambio que estamos esperando, para que la investigación que se autorice sea pertinente y liberadora.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

Acerenza, Miguel Ángel (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México: Trillas

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL TURISMO EN MÉXICO. En: https://www.academia.edu/7639777/ANTECEDENTES_HISTORICOS_DEL_TURISMO_EN_MÉXICO. (Fecha de consulta: 22.10.2019).

Declaraciones del Subsecretario con respecto al financiamiento de la investigación científica: *La Jornada*, 24.10.2019.

ECONOMIPEDIA (2020). (Fecha de consulta: 03/04/2020).

<https://economipedia.com/definiciones/economia-social.html>.

Martínez Rangel, Rubí y Ernesto Soto Reyes Garmendia (2012). El Consenso de Washington: la instauración de las políticas neoliberales en América Latina. En: *Revista Política y Cultura*, primavera 2012, núm. 37, pp. 35-64. México: UAM-X.

Monterroso Salvatierra, N. y Laura E. Benhumea González (2018). Sinopsis histórica sobre el surgimiento de las políticas sociales y su ubicación en los modelos de desarrollo. En: Monterroso Salvatierra, N. y Laura E. Benhumea González (2018). *Orígenes, desarrollo y perspectivas de las políticas sociales en el Estado de México*. México: UAEMEX/Río subterráneo.

Monterroso Salvatierra, N. et al (2009). *Es-poleando la esperanza. Evaluación social de la sustentabilidad en dos comunidades rurales del Estado de México*. México: UAEMEX/CODERSA/Miguel Ángel Porrúa.

Pérez, Edelmira (2001). *Hacia una nueva visión de lo rural*. En: *¿Una nueva ruralidad en América Latina?* Buenos Aires: CLACSO.

Schejtman, Alejandro y Julio Berdegúe (2004). *Desarrollo territorial rural*. Santiago de Chile: Rimisp-Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.

Zizumbo Villarreal, L. (2013). *Las paradojas del desarrollo local y del turismo*. México: UAEMEX.

Notas

ⁱ Ponencia presentada en el 5° Congreso Nacional de Turismo Rural: El turismo rural mexicano en un mundo global. Zapotitlán Salinas, Puebla, del 5 al 8 de noviembre de 2019.

ⁱⁱ En la historia de México se dice que durante el gobierno de Plutarco Elías Calles se promulgó la Ley de Migración del 15 de enero de 1926, en la que, por primera vez, aparece en nuestra legislación el concepto de turista haciendo referencia al visitante extranjero. Tal reconocimiento tenía por finalidad aprovechar para el desarrollo el dinero que los visitantes venían a gastar al país. https://www.academia.edu/7639777/ANTECEDENTES_HISTORICOS_DEL_TURISMO_EN_MÉXICO

ⁱⁱⁱ Los libros sobre turismo que se consultaban en los años sesenta y hasta los ochenta del siglo pasado, hacen referencia a las acciones recreativas de los trabajadores como turismo social.

^{iv} la reducción de la participación gubernamental en las actividades económicas es una de las recomendaciones del Consenso de Washington, Para más información se puede consultar el artículo de Rubí Martínez Rangel y Ernesto Soto Reyes Garmendia El Consenso de Washington: la instauración de las políticas neoliberales en América Latina, en: Revista Política y Cultura, primavera 2012, núm. 37, pp. 35-64. UAM-X.

^v Sobre los nuevos tipos de turismo existen muchas publicaciones. Para una visión general de los mismos, se pueden consultar las publicaciones de la Organización Mundial del Turismo y de Acerenza, Miguel Ángel (2006). Conceptualización, origen y evolución del turismo. México: Trillas.

^{vi} Véase al respecto: Monterroso Salvatierra, N. y Laura E. Benhumea González (2018). Sinopsis histórica sobre el surgimiento de las políticas sociales y su ubicación en los modelos de desarrollo. En: Monterroso Salvatierra, N. y Laura E. Benhumea González (2018). Orígenes, desarrollo y perspectivas de las políticas sociales en el Estado de México. México: UAEMEX/Río subterráneo.

^{vii} Los documentos sobre la “nueva ruralidad” comenzaron a circular durante los últimos dos años del siglo pasado y en los primeros años del nuevo. Entre las principales instituciones que la plantearon están la FAO, el IICA y el CATIE. Entre los académicos que inmediatamente se apuntaron como sus seguidores están: Edelmira Pérez, de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá; Julio Berdegué, actual representante de FAO para América Latina y el Caribe; Alejandro Schejtman, del Rimisp-Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, en el que anteriormente laboró Julio Berdegué.

^{viii} La economía social o solidaria es una tendencia económica marcada por la necesidad de gestionar y organizar los distintos recursos e instituciones económicas priorizando el interés social y equitativo. En contra de lo que establece la economía clásica y la visión capitalista de búsqueda de beneficio económico, la economía social supone que la principal finalidad de las prácticas económicas debe ser la distribución y el consumo de los bienes y servicios existentes en el mercado de modo cooperativo, buscando maximizar el beneficio común (<https://economipedia.com/definiciones/economia-social.html> Consultado: 03/04/2020)

^{ix} Para más información sobre las comunidades de La Marquesa, consúltese: Monterroso Salvatierra, N. (2009). Espoleando la esperanza. Evaluación social de la sustentabilidad en dos comunidades rurales del Estado de México. México: UAEMEX/CODERSA/Miguel Ángel Porrúa.

^x Para más información sobre la cooperativa de Tolantongo, consúltese: Zizumbo Villarreal, L. (2013). Las paradojas del desarrollo local y del turismo. México: UAEMEX.

^{xi} Para más información sobre el Valle del Mezquital, consúltese la tesis doctoral de Cristina (pedir a Lilia la cita bibliográfica).

^{xii} Declaraciones del Subsecretario con respecto al financiamiento de la investigación científica: La Jornada, 24.10.2019.



**MODELO CONCEPTUAL PARA EL ANÁLISIS DE
EXPERIENCIAS TURÍSTICAS CENTRADAS EN EL
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DEL MEDIO
RURAL MEXICANO**

Conceptual model for the analysis of tourist experiences focused on the intangible cultural heritage of rural Mexico

Alfonso González Damián

RESUMEN

El desarrollo del turismo le ha llevado a la alta competencia entre destinos por atraer cuotas de mercado que les resulten altamente rentables y a la vez sostenibles en el tiempo, es por ello que hoy en día se ofrecen al mercado “experiencias”, cuya naturaleza es distinta a los que convencionalmente se denomina productos turísticos. Tales experiencias si bien se producen en cada persona desde su visión y percepción subjetivas, se sabe que en el ámbito turístico son co-creadas, con la participación tanto de los prestadores de servicios turísticos como del propio turista, es decir son creadas en colectivo, con la participación de visiones de mundo tan cercanas o distantes como lo sean turistas y comunidad anfitriona.

La creación de experiencias que sean percibidas como únicas, excepcionales, memorables o de alta calidad se ha tornado en la cima de la innovación en la industria, que ha encontrado en el patrimonio cultural del medio rural, un campo con altas posibilidades para el desarrollo de tales experiencias, cuando se enlazan con las que convencionalmente se ofrecen en los espacios turísticos urbanos convencionales. Sin embargo, el impulso por incorporar al medio rural en el turismo, que ya se promovía desde hace un par de déca-

das, implica una serie de inconvenientes y dificultades tanto para la propia industria turística como para el patrimonio inmaterial y para las comunidades rurales.

El presente capítulo presenta el planteamiento de un modelo conceptual en el que se incluyen los actores relevantes tanto de la comunidad local como externos, los campos de acción que se constituyen en sus relaciones y los elementos que operan en la construcción intersubjetiva de las experiencias turísticas. El modelo se elaboró con fundamentos teóricos y conceptuales de turismo cultural (Du Cros y McKercher, 2015), de patrimonio inmaterial (Smith y Akagawa, 2008), de experiencia turística (González, 2017a), de la construcción social de campos de acción estratégica (Fligstein y McAdam, 2012) y referentes empíricos de la práctica el turismo rural en México (Palomino y López, 2007).

La aportación principal del modelo consiste en que permite destacar aquello que en el medio rural mexicano se habría de considerar antes, durante y después de optar por la creación de experiencias turísticas centradas en el aprovechamiento del patrimonio cultural inmaterial de las comunidades. Además de la presentación y desarrollo del modelo conceptual, se presentan reflexiones finales sobre las limitaciones conceptuales, teóricas y metodológicas del mismo, así como las futuras líneas de investigación que de estas se desprenden.

INTRODUCCIÓN

En la sociedad contemporánea, la práctica turística forma parte constitutiva del consumo normal, ya no es visto como un lujo que sólo estaba permitido para los poderosos y pudientes, en cierto sentido se ha democratizado, poniéndose al alcance, ya no solo en términos aspiracionales, de prácticamente todo el mundo. No obstante, como ha sucedido en otros ámbitos del consumo, sus características intrínsecas han cambiado en su relativamente breve historia. Si en sus orígenes como industria, el turista viajaba para literalmente ver o mirar atractivos en sitios en los que era significativo el haber “estado allí”, a lo largo del tiempo comenzó a interesarse en “tener algo que hacer”. Ya no fue suficiente para los sitios turísticos, el contar con atractivos notables, la creciente industria se encontró en la necesidad de establecer instalaciones para que el visitante disfrutara de su visita, realizando recorridos, conociendo con mayor detalle lo visitado, lo que a su vez condujo a la estandarización y masificación de la oferta en la forma de paquetes y circuitos prácticamente indistinguibles en su forma independientemente del lugar visitado, fue el auge del llamado “turismo de sol y playa” en el que el Mediterráneo encabezó la industria, inmediatamente seguido por el Caribe y el sureste asiático. No obstante, en tiempos más recientes, a fines del siglo XX y en lo que ha avanzado el XXI, el turismo como actividad asiste a una nueva transformación, en la que los turistas ya no se conforman con realizar actividades en los sitios visitados, necesitan, o así lo creen, vivir experiencias.

Las experiencias que busca el turista implican la visita a algún sitio con atractivo así como la realización de actividades, pero requieren además de que la visita y las actividades cuenten con algún significado que les caracterice y les torne en auténticas (N. Wang, 1999; Y. Wang, 2007), únicas (Mehmetoglu y Engen, 2011; Oh, et al., 2007), memorables (Kim y Ritchie, 2014; Tung y Ritchie, 2011) o incluso transformacionales (Reisinger, 2013).

La búsqueda de experiencias, tratése de lo que se trate, es el signo del turista contemporáneo y tras de ello, la industria turística se ha reestructurado, ha dejado atrás el modelo fordista de la estandarización y masificación, para enfocarse en el diseño personalizado de la oferta (Conti y Perelli, 2005), centrado en los deseos del viajero y la satisfacción de esa sed de experiencias. Como consecuencia y a la vez motor que le impulsa, la oferta turística pretende romper con la tradición estandarizadora y homogeneizadora con la que creció durante el siglo XX, diversificando sus productos, resaltando sus diferencias y haciendo un esfuerzo por atraer a segmentos y nichos de mercado, lo que conduce al auge de los turismos especializados, que aunque muchos de estos turismos ya existían, ahora han tomado fuerza y presencia en el mercado: turismo de naturaleza, turismo cultural, ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural, turismo enológico, turismo gastronómico, turismo de idiomas, agroturismo, turismo urbano, turismo de negocios, turismo de salud, turismo médico, turismo de deportes, turismo LGBT, turismo oscuro, entre otros muchos que generan un impulso para incluir en la industria

a prácticamente cualquier sitio, que desde su individualidad cuente con algo que ofrecer a al menos alguno de tantos tipos de turistas especializados.

Ha sido tal el auge de estos múltiples segmentos turísticos, que la actividad cuando durante décadas se ubicó en el ámbito urbano, hoy en día, sin alejarse por completo de este ámbito, punto sobre el que se volverá más adelante en el presente documento, se ha insertado definitivamente en el medio rural, donde la industria ha puesto la mira reconociendo su alto valor cultural y también el de su entorno natural.

Las costumbres, la forma de vida, las expresiones artísticas que el turista encuentra atractivas por hallarlas diferentes o únicas, constituyen el corazón de lo que puede constituir una experiencia memorable, única o auténtica para los visitantes y por ello, la Organización Mundial del Turismo (UNWTO) desde el 2011, se manifestó a favor de incentivar el turismo que sea capaz de aprovechar el llamado patrimonio cultural inmaterial (Organización Mundial de Turismo, 2013).

El interés por el patrimonio cultural inmaterial si bien no surgió en el ámbito del turismo, sino en el de la cultura, como una respuesta institucional desde las naciones unidas (UNESCO) para enfrentar a las fuerzas de la globalización y el peligro que implican para las culturales locales, particularmente aquellas de comunidades vulnerables por su marginación y pobreza (Smith y Akagawa, 2008). La idea de patrimonializar las expresiones culturales vivas, ha recibido atención entusiasta por los or-

ganismos de cultura de diversas naciones, entre ellas México, en muchos casos sin hacer reflexiones críticas al respecto (Villaseñor y Zolla, 2012). No toda expresión cultural es patrimonializable, ni debería serlo, esta es una decisión que corresponde, o debería corresponder de manera exclusiva a los miembros de la comunidad que la practica. El hecho de reconocer su valor identitario y procurar su salvaguarda hacia las futuras generaciones, si bien resulta atractivo, no necesariamente lo es para toda expresión cultural ni tendría que ser coaccionado desde intereses ajenos a la comunidad.

El turismo, en su versión post-fordista, ha desempeñado el rol de promotor de la patrimonialización de la cultura inmaterial, dado el particular interés en la búsqueda de experiencias únicas y auténticas para los turistas. De modo que ha desarrollado estrategias, para ofrecer al turista cultural diversas formas de empaquetado del patrimonio inmaterial, que van desde la escenificación descontextualizada, en la que no existe participación de las comunidades y por tanto se reconoce como no intrusiva para las comunidades pero completamente falta de autenticidad, hasta la participación activa de las comunidades y de turistas en las prácticas culturales en su condición natural, que se reconoce como totalmente intrusiva para la comunidad, pero plena de autenticidad (Du Cros y McKercher, 2015). En este marco, la recomendación de los organismos internacionales, tanto UNESCO como UNWTO, es encontrar una vía intermedia en la que el turismo se constituya como la actividad que promueve el rescate, re-valoración y

aporte los medios para la salvaguarda efectiva del patrimonio cultural inmaterial (Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, 2011; Organización Mundial de Turismo, 2013).

En México, país de gran diversidad cultural, la incorporación del patrimonio cultural inmaterial al turismo ha encontrado cauce en el ámbito rural, que en términos de mercado, si bien tiene una participación menor que el realizado en destinos urbanos y de sol y playa, resulta de gran atractivo y de alta valoración para los segmentos de turismo cultural internacional, estimados en 8.9 millones de visitantes de este tipo a México en el año 2010 (Hiriart, 2011). Esta situación ha conducido a que en años recientes, desde el gobierno nacional, se impulsen iniciativas de turismo rural que de manera directa o indirecta han incidido en un aprovechamiento y puesta en valor de las expresiones culturales de las comunidades rurales, en alto porcentaje de pueblos originarios y que en su gran mayoría, no han trabajado anteriormente en, ni para, la actividad turística (Monteroso y Zizumbo, 2009).

En la práctica, esto ha conducido a que exista incomprensión entre los actores interesados. Por una parte la industria turística y el gobierno en su sector turismo, pretenden impulsar la patrimonialización de las expresiones culturales inmateriales en el ámbito rural, incorporando a la comunidad de manera activa, encontrando eco en algunas comunidades, en ciertos grupos o fragmentos de comunidades. Por su parte el sector cultural del gobierno en muchas ocasiones se opone a la “turistificación”, es

decir, la mercantilización vulgar de la cultura, e impulsan la patrimonialización pero con mínima o nula participación del sector turismo. Por su parte, las comunidades en el medio rural, muchas veces desconocen las implicaciones que tiene la incorporación del turismo a su actividad cotidiana, tanto la imaginan magnificada, como una solución a los ancestrales problemas de pobreza y marginación, como en el otro extremo, la suponen como la calamidad que va a arrasar con la tranquilidad y los valores ancestrales. En un entorno así, lo que priva es la incomunicación y las decisiones finalmente se toman con base en los modelos mentales, estereotipos y prejuicios de cada una de las partes. Así, en este marco y condiciones generales, se ofrecen en el medio rural mexicano, una gran diversidad de experiencias turísticas centradas en la cultura, específicamente en el patrimonio inmaterial, algunas relativamente exitosas en lo económico y turístico pero desastrosas en lo cultural, otras medianamente exitosas en ambos sentidos y las más como iniciativas fracasadas en todo punto.

En congruencia con lo anterior, se hace necesario encontrar un lenguaje en común, que favorezca la comunicación y el encuentro mediante acuerdos que permitan, tanto la salvaguarda de las muy diversas y extremadamente valiosas expresiones culturales en el medio rural mexicano, como su aprovechamiento turístico como uno de los medios, si bien no el único, para ello. Es en este rumbo en el que se inserta el presente capítulo, que pretende plantear un modelo conceptual para el análisis de experiencias turísticas centradas en el patrimonio cultural inmaterial, que favorezca

la toma de decisiones informada a los actores involucrados en tres momentos clave: 1) la elección de las expresiones culturales a patrimonializar, 2) la elección del patrimonio cultural inmaterial a aprovechar turísticamente y 3) el diseño de experiencias turísticas interpersonales plenamente participativas tanto para la comunidad como para el turista.

Para proponer este modelo conceptual, se presentan en primer lugar los antecedentes que dan lugar a la propuesta, se plantean las herramientas teórico-metodológicas desde las que se partió para su construcción inicial, como modelo preliminar. A continuación desde una caracterización del contexto en el que se realiza el turismo rural en México se presenta el modelo en dos partes intrínsecamente vinculadas, a) base analítica y b) gestión en la práctica. Por último se hacen algunas reflexiones a manera de conclusión y se esbozan las líneas de investigación a seguir en el futuro respecto al modelo así como sus posibles implicaciones prácticas para el turismo en México.

ANTECEDENTES

El estudio de la experiencia turística en el ámbito académico no es un tema nuevo, de hecho se encuentran antecedentes de él desde el final de la década de los 70 del siglo XX, con los trabajos de Erik Cohen (1979) sobre la fenomenología de la experiencia del turista. Si bien, el interés sobre el tema decayó alrededor de los ochenta, vuelve a tomar auge al inicio del nuevo siglo, toda vez que, como se mencionó antes, la industria turística

transita hacia un modelo de organización productiva post-fordista, convergiendo con el renovado interés mundial por la protección del patrimonio cultural en las naciones, derivado a su vez del fenómeno de globalización cultural impulsada por los avances en las tecnologías de información y comunicación. No obstante, una importante proporción de los trabajos y estudios académico-científicos sobre la experiencia turística se vincula con la forma en la que esta se produce e incide en la subjetividad del viajero (Uriely, 2005), las características que busca en ella, reconocidas como autenticidad (Lu, et al., 2015), creatividad (Wearing y Foley, 2017), participación (Ingram, et al., 2017) y sus consecuencias en la propia persona como el hecho de hacerse memorable (Tung y Ritchie, 2011) o incidir en una transformación o re-creación personal (Reisinger, 2013). No obstante lo anterior, se han realizado también estudios respecto a la parte que juega el anfitrión en el diseño de las experiencias turísticas (Estaregue, et al., 2017), en la creación coparticipativa con el turista (Campos, et al., 2015; Majboub, 2014) y en las consecuencias de su gestión -o ausencia de gestión- en la comunidad (Moghavvemi, et al., 2017) y en general en la sostenibilidad de los destinos turísticos (Walker y Moscardo, 2014), así como esfuerzos por concebirla de manera integrada, a partir de la interacción entre turistas y anfitriones (González y Macías, 2017; González, 2018; González, 2017b, 2017a).

Por su parte, el estudio del patrimonio cultural inmaterial y su relación con el turismo ha sido también un tema de interés relevante para el ámbito académico,

encontrando sus principales antecedentes a final del siglo XX, incentivados por las convenciones y acuerdos internacionales signados desde la UNESCO (UNESCO, 2019), ICOMOS (ICOMOS, 2019) y la UNWTO (UNWTO, 2019) con la creación de las denominaciones de patrimonio cultural y natural de la humanidad (UNESCO, 1972) y posteriormente, del patrimonio inmaterial de la humanidad (UNESCO, 2003). Aunque el interés por entender la relación del turismo con la cultura nace con el propio inicio de los estudios sobre turismo, dada su relación intrínseca, es mucho más reciente su estudio desde la visión patrimonial de la cultura (Richards, 2018). Mucha investigación reciente ha ampliado su foco de interés hacia el patrimonio intangible, por ejemplo Zhu (2012) propuso el concepto de “autenticidad performativa”, para ilustrar los procesos de autentificación a través de la participación de los turistas, por ejemplo en rituales matrimoniales exóticos. La cada vez mayor demanda de inclusión del patrimonio tangible e intangible en el turismo, ha conducido a la preocupación de investigadores sobre temas como empoderamiento de los locales, educación y capacitación, autenticidad e interpretación, gestión sostenible del turismo y planificación integral del turismo vinculado al aprovechamiento del patrimonio (Richards, 2018).

La convergencia en el interés de la industria turística por aprovechar el patrimonio inmaterial y por proveer experiencias significativas al mercado, hace que quienes desde el ámbito científico y académico veamos con preocupación y escepticismo lo que aparece como una oportunidad que

debería ser aprovechada. En un mundo en el que las diferencias entre ricos y pobres son cada vez más profundas, en el que los retos a los que se enfrenta la humanidad como el cambio climático, el combate a la pobreza y la marginación, la lucha por un mundo más inclusivo y menos divisivo y ante la complacencia de las élites políticas y económicas ante ello, hace que resulte totalmente pertinente reflexionar más de una ocasión antes de actuar o hacer recomendaciones para la acción en el ámbito rural mexicano. En este marco es que se plantea el presente trabajo, un modelo conceptual para enfrentar los retos que el turismo trae consigo cuando se pretende diseñar y gestionar experiencias centradas en el aprovechamiento del patrimonio cultural inmaterial en el ámbito rural.

METODOLOGÍA

Para alcanzar el objetivo planteado, elaborar un modelo conceptual que permita analizar las experiencias turísticas que se ofrecen en el medio rural mexicano, centradas en el aprovechamiento del patrimonio cultural inmaterial, se procedió de manera deductiva. Se tomaron conceptos generales de la teoría de los campos de acción estratégica (Fligstein y McAdam, 2012), los cuales se utilizaron como marco para articular elementos de la teoría de la construcción social de la experiencia turística (González, 2017a) y se enfocaron hacia la realidad planteada, también conceptualmente, por el modelo para la creación de experiencias turísticas memorables del patrimonio cultural (Du Cros y McKercher, 2015). Con ello se elaboró un modelo preliminar, que a grandes rasgos identifica

los elementos que idealmente habrían de considerarse en el análisis de experiencias turísticas centradas en el aprovechamiento del patrimonio cultural inmaterial. Una vez elaborado este modelo se revisó la información documental sobre las formas en las que se practica el turismo rural en México. Con base en esta información y en la propia experiencia del autor a lo largo de dos décadas en el ámbito, se realizó un análisis de dificultades y discrepancias del modelo frente a la realidad, con lo que se elaboró una propuesta final dividida en dos partes, la primera de ellas denominada “base analítica” y la segunda “gestión en la práctica”.

PRIMERA PARTE DEL MODELO CONCEPTUAL: BASE ANALÍTICA

Con base en la noción de campo de acción estratégica, la cual básicamente constituye una adaptación constructorista del concepto de campo en Bourdieu (Bourdieu y Wacquant, 1992), como el ámbito en el que se constituyen y ponen en juego, a través de la interacción entre actores sociales, las normas y lineamientos colectivamente reconocidas y aceptadas con el objeto de acceder al dominio o control de cierta forma de capital, ya sea económico, social, cultural o simbólico. Para Fligstein y McAdam (2011), estos campos se constituyen en tanto existen actores en interacción que actúan estratégicamente en las relaciones con los otros actores, por lo que los actores son tales sólo en ese campo, en el sentido de que las personas u organizaciones pueden constituirse como actores en diversos campos de acción estratégica en función de aquello que se encuentre en juego. En el ámbito del patrimonio cultural inmate-

rial y su aprovechamiento turístico, entran en juego actores del sector turismo y del de la cultura, residentes locales y visitantes, sobre este aspecto se volverá más adelante.

Desde la teoría de la construcción social de la experiencia turística se toma la idea de que la experiencia turística no solo debería entenderse desde la experiencia subjetiva del turista, sino desde las experiencias coproducidas intersubjetivamente tanto por anfitriones como por turistas (González, 2017a). Si bien en la mayor parte de la literatura académica, se ha concebido como experiencias turísticas a aquellas que el individuo turista vive, evalúa y valora de sus viajes (Elands y Lengkeek, 2012; Jurowski, 2009; Sharpley y Stone, 2012; Tussyadiah, 2014; Uriely, 2005), no puede dejarse de lado la relevancia de la participación de quienes diseñan y ofrecen las experiencias en los sitios turísticos, por lo que se reconoce que tales experiencias, para ser turísticas, han de ser resultado de una coproducción (Majboub, 2014; Sfantla y Bjork, 2012) y por tanto, susceptibles de ser influenciadas por las subjetividades e intersubjetividades que son condición natural de toda interacción humana (González, 2018). Esta experiencia turística coproducida, se pretende idealmente que sea significativa tanto para anfitriones como para turistas y que para estos últimos además resulte memorable (Chandralal y Valenzuela, 2013; Kim, 2014; Tung y Ritchie, 2011) o transformacional (Gelter, 2010; Reisinger, 2013).

En particular, cuando tales experiencias se efectúan en un entorno de turismo cultural, a objeto de ser exitosas tanto para bien de anfitriones como de visitantes, deberían 1)

ser relevantes para el turista, en tanto culturalmente ya son relevantes para el anfitrión, 2) ser emotiva y activamente participativas, que involucren a los turistas hasta y cómo lo establezcan o permitan los anfitriones 3) seguir un orden narrativo a manera de una historia completa en la que... 4) se traiga a la vida al bien patrimonial involucrado ya sea material o inmaterial y 5) se diseñe y produzca bajo criterios estables de calidad (Du Cros y McKercher, 2015).

Desde esta base teórica, se integró la primera parte del modelo conceptual, representado en la figura 1A, en el que las expresiones culturales de una comunidad cualquiera, pueden ser consideradas relevantes o no para los propios miembros de la comunidad, relevantes en el sentido de que puede ser de su interés consciente el que sean transmisibles a las futuras generaciones, ya sea que realicen acciones deliberadas para ello o incluso dado el caso de que solo las generaciones mayores, presenten preocupación por su posible

pérdida en futuras generaciones. Es decir se trata de expresiones culturales que son valoradas por sí mismas, por la comunidad, independientemente de que lo sean o no para externos incluidos los turistas y visitantes. Estas expresiones se representan en el círculo A.

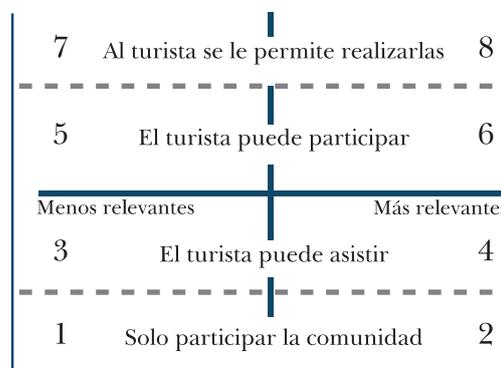
A su vez, existen expresiones culturales en toda comunidad que pueden ser relevantes desde el punto de vista de los visitantes o turistas, que desde un punto de vista externo se consideren como auténticas o valiosas por sí mismas, ya sea que constituyan un atractivo para el turista o simplemente que para personas ajenas a la comunidad constituyan elementos representativos de identificación de la comunidad o de lo que se cree de ella, este tipo de expresiones se representa en el círculo B. Estas expresiones pueden o no ser consideradas valiosas o relevantes para la propia comunidad y también puede o no ser de su interés salvaguardarlas para las futuras generaciones.



A

Figura 1. Modelo conceptual para el análisis de las experiencias turísticas

Fuente: Elaboración propia



Importancia

B

Es claro que no necesariamente coinciden lo que desde las subjetividades de cada grupo pueda ser considerado relevante, de hecho los criterios para considerarlas valiosas entre ambas partes son distintos. No se debe olvidar que ambas subjetividades se encuentran constituidas desde una particularidad socio-histórica y cultural propia, matizada por las tipificaciones y estereotipos que en todo grupo social conforman la cultura. No obstante, sin perder de vista esta realidad, es posible que existan algunas expresiones culturales que resulten relevantes tanto para los anfitriones como para el turismo, idealmente, son éstas y sólo éstas, las que habrían de considerarse como parte de un ejercicio de aprovechamiento turístico, previa patrimonialización, aspecto sobre el que se volverá más adelante. Estas expresiones se identifican con la letra C, la intersección entre los dos círculos A y B.

Específicamente tales expresiones relevantes tanto para la comunidad como para el turismo, tras un análisis detallado de sus características pueden ubicarse en uno de los ocho cuadrantes que se conforman al considerar dos valores a los que en esta propuesta se denominan a) importancia, medido como el grado de relevancia de la expresión cultural y b) propiedad, medida como el grado en el que la comunidad estará de acuerdo en compartir sus expresiones culturales con el turista, ver figura 1B.

El grado de relevancia de las expresiones culturales, debe provenir de la combinación de la evaluación de este atributo tanto para la propia comunidad como para los visitantes y se sugiere que se utilice una escala par, para facilitar la formación de

los cuadrantes. Pueden ser escalas de 2, 4 o hasta 8 valores. Por su parte, la propiedad tiene que ser evaluada única y exclusivamente por la comunidad, no deberían participar en esta valoración agentes externos, ni promotores del turismo ni de la cultura. Se sugiere utilizar una escala de cuatro valores, en un diagnóstico de las expresiones culturales que se consideraron en el conjunto “C”, es decir, relevantes tanto para anfitriones como para turistas.

1 = Solo puede participar la comunidad. Esto significa que aunque la expresión cultural ha sido reconocida como valiosa tanto para anfitriones como para visitantes, la comunidad decide en conciencia y de manera voluntaria que no permitirá a los turistas involucrarse en ella de ningún modo, ni siquiera con la posibilidad de asistir como espectador. Este tipo de expresiones pueden corresponder con valores simbólicos, religiosos, tradicionales o estrictamente privados de la comunidad.

2= El turista puede asistir. Se otorga esta evaluación a una expresión cultural en la que los turistas podrían asistir como espectadores, sin involucrarse de ningún modo y respetando en todo momento los tiempos y espacios destinados por la comunidad para ello. Esto implica que la industria turística no tendría tampoco autorizado proponer cambios en calendario, ni mucho menos apropiarse de las expresiones de la comunidad a manera de espectáculo.

3= El turista puede participar. A esta evaluación corresponden las expresiones culturales en las que la comunidad considera que el turista puede asistir como espec-

tador o incluso como actor participante, siempre previa autorización de la comunidad a través de los responsables, encargados o dirigentes que corresponda.

4= Al turista se le permite realizarlas. Se recomienda sólo otorgar esta evaluación a aquellas expresiones culturales que la comunidad considere aceptable compartirse por completo con la industria turística. Los turistas pueden asistir como espectadores, participar como actores o incluso recrearlas en espectáculos desarrollados para tal efecto, siempre con previa autorización de la comunidad.

Con estas valoraciones, se ubican las expresiones culturales en los ejes respectivos, en el eje x la importancia y en el eje y la propiedad, como se observa en la figura 1B. Al ubicarlas, cada expresión cultural de la comunidad se identificaría con alguno de los ocho cuadrantes que se forman con el cruce de ambos valores. Tales cuadrantes, dan una idea clara de aquellas expresiones que son susceptibles de patrimonialización: aquellas evaluadas con alta relevancia tanto para anfitriones como para turistas, que ocuparían los cuadrantes 2, 4, 6 y 8. Esto implica que se requiere organización y acciones concretas para proteger legalmente, de manera formal, tales expresiones culturales y designarlas como patrimonio cultural inmaterial.

Aquellas expresiones ubicadas en los cuadrantes 4 y 5, pueden ser aprovechadas turísticamente, y lo recomendable es que su diseño se enfoque en los denominados “turistas culturales ocasionales”, es decir a turistas que visitan a la comunidad aunque ello no sea el objetivo principal de su viaje,

es decir estas experiencias son susceptibles de ofrecerse al turismo en general, como complemento de otra oferta turística. En el caso de las del cuadrante 4, cuando la participación del turista requiere de un permiso especial o limitado por parte de la comunidad, entonces lo recomendable es ofrecerla a “turistas culturales dedicados”, esto es a turistas que se desplazan a la comunidad con el objeto de conocerla y participar de su cultura.

En los cuadrantes 6 y 7, aquellas expresiones culturales que se pueden aprovechar turísticamente pueden enfocarse a turistas culturales dedicados. Las del cuadrante 6 como atractivo central o principal, bajo el control de la comunidad y las del cuadrante 7, como complemento de otra oferta turística.

En lo relativo a aquellas expresiones ubicadas en el cuadrante 8, pueden enfocarse a turistas culturales dedicados, conservar su realización estrictamente bajo el control de la comunidad y considerar de alta relevancia su patrimonialización previa.

Un caso especial se encuentra en las expresiones del cuadrante 2, que tendrán que ser objeto de salvaguarda, pero excluyendo la participación del turista. Idealmente, estas expresiones tendrían que ser reconocidas como objeto de protección mediante instrumentos legales que así lo especifiquen y muy importante resulta que las organizaciones vinculadas al turismo y la propia industria tenga clara conciencia de que no contarán con autorización para su aprovechamiento turístico.

SEGUNDA PARTE DEL MODELO CONCEPTUAL: GESTIÓN EN LA PRÁCTICA

El turismo rural en México, como se indicó antes, ha sido objeto de impulso desde el ámbito gubernamental, en dos modalidades, 1) a través del fomento del financiamiento a emprendimientos específicos que aprovechan atractivos locales en la forma de productos de aventura o de naturaleza y 2) a través de financiamiento centralizado desde el gobierno federal en el denominado “Programa Pueblos Mágicos”, dirigido a poblaciones pequeñas, que cuentan con conjuntos de atractivos turísticos y

que se pretende operen en forma comunitaria. En ambas vertientes, sobre todo en los años recientes, se pretende impulsar el aprovechamiento del patrimonio cultural inmaterial, sin que exista una propuesta clara de acción o abordaje. Precisamente con una orientación hacia lo práctico, se presenta la segunda parte del modelo conceptual que se propone, orientar en la puesta en marcha de lo que se analizaba de manera reflexiva en la primera parte, esto es, que funcionara como una posible guía para su aplicación en la práctica. Se presenta en forma de siete etapas o momentos, a alcanzar, esquematizada en la figura 2.



Figura 2. Planificación de las experiencias turísticas centradas en el patrimonio
Fuente: Elaboración propia

La gestión en la práctica del patrimonio cultural inmaterial en comunidades rurales, requiere de un abordaje integral con enfoque de planificación de tipo participativo comunitario. Un proceso que ha de ser dinámico y capaz de respetar las diferencias tanto culturales como en opinión y puntos de vista no solo entre las comunidades y los agentes externos, sino entre los propios miembros de las comunidades. Ancestralmente, la organización productiva en las comunidades tiene un enfoque centrado en el productor, siendo la tierra, el recurso que por generaciones ha significado no solo la diferencia entre subsistir o no, sino que incluso ha sido el instrumento de política, de conflictos y de producción de significado ideológico. El hecho de que la economía contemporánea se haya centrado en el consumidor y que el desarrollo capitalista ya no se encuentre únicamente centrado en la posesión de la tierra, es algo que no tiene un reflejo directo en la organización social, en las formas tradicionales de reparto del trabajo o de los beneficios del mismo en las comunidades rurales mexicanas. Muchos de los intentos por desarrollar experiencias turísticas que puedan aprovecharse económicamente en forma de productos para ser vendidos en el mercado han fracasado justamente por que han partido desde la visión centrada sólo en el productor. Así como también, la incomprensión desde la industria turística de esta realidad ha conducido a que los deseos de los turistas, así sean absurdos o lejanos de la realidad, se hayan privilegiado para ofrecer experiencias en las que se ofrece una versión caricaturizada de la cultura rural mexicana y particularmente de los pueblos originarios. En este sentido,

cobra mayor relevancia lo que se ha planteado hasta este momento en el documento, la necesidad de una visión integral, que considere los dos puntos de vista, tanto los del turista como los de la comunidad local.

Para ello, se propone que antes de ofrecer experiencias turísticas, es decir, antes de traer turistas o de pensar en ofrecer productos turísticos al mercado nacional o internacional, debe hacerse un ejercicio reflexivo, en el que la comunidad tenga el rol central y principal, pero también en el que se tome en cuenta el punto de vista del turista, al inicio puede ser en voz de la industria turística, pero más adelante, de manera dinámica, en voz de los propios visitantes. Para efectuar este ejercicio de planificación se proponen siete pasos, que al inicio habrían de realizarse en este orden, pero una vez en marcha, se presentarían varios de ellos de manera simultánea o incluso en orden distinto, en todo paso tomando como referente la base analítica del modelo.

- 1) Identificación de las expresiones culturales con potencial. Es fundamental que las comunidades reciban apoyo externo justamente para esta etapa, con dos finalidades concretas, a) para identificar claramente aquellas expresiones de la cultura propia de la comunidad que tienen potencial para ser aprovechadas turísticamente, de manera que el turismo se constituya como incentivo y fuente de recursos para el rescate y salvaguarda de tales expresiones culturales. Cada comunidad es claramente consciente de aquellas expresiones de su cultura que tienen valor por sí mismas para ellos y su futuro, saben también cuánta

les se encuentran en riesgo pero no siempre reconocen fácilmente aquellas que pueden ser valoradas por visitantes externos, algunas por considerarlas cotidianas o “normales” y otras por el contrario, por su alto valor para la comunidad y que no imaginan a turistas o forasteros involucrados en ellas. b) Para reconocer de manera anticipada los riesgos que corre la propia expresión cultural al ser puesta literalmente en manos del turismo. En esta parte es fundamental contar con la participación de conocedores del tema, preferentemente del ámbito académico, que puedan advertir con anticipación de los riesgos y también, de ser posible, de las formas en las que sería necesario establecer límites, proteger legalmente y resguardar aquellas expresiones que se decida aprovechar turísticamente. Es recomendable, desde el primer momento, elaborar un primer inventario, orientado por las herramientas que promueve la UNESCO (UNESCO y PCI, s.f.) para este efecto y categorizar las expresiones culturales en los cinco grupos que la misma propone: a) tradiciones y expresiones orales, b) artes del espectáculo, c) usos sociales, rituales y festivos, d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo y e) técnicas artesanales tradicionales.

Este primer paso puede bien realizarse encabezado por instituciones gubernamentales o académicas, siempre que tengan claridad de que solo en las etapas iniciales su participación es de liderazgo o promotoría, pues en adelante deberán ceder el liderazgo directamente a la comunidad. En México, particularmente en el caso de los Pueblos Mágicos, se sabe

que cuando el gobierno no ha cedido el liderazgo a la comunidad, no se obtienen los resultados esperados y el trabajo, el turismo y la “magia” del poblado decaen cuando se retiran los apoyos gubernamentales. En este sentido, si esta etapa tiene como fin la identificación a manera de diagnóstico, de las expresiones culturales a aprovecharse, las siguientes tienen el objetivo de fondo de lograr un verdadero empoderamiento de la comunidad.

2) Identificación de actores por campo estratégico de acción. Las expresiones culturales en toda sociedad son valoradas por sus integrantes, pero el valor que se les atribuye no es el mismo para todos, de hecho ese valor tiende a ser acumulado por algunos actores con especial interés en ello. Los grupos de interés en relación con cierto valor en particular conforman lo que se denomina campos estratégicos de acción (Fligstein y McAdam, 2012), entendidos como conjuntos de relaciones entre actores, individuales o colectivos, que siguen las reglas establecidas entre ellos para obtener, acumular y compartir cierto valor en particular. De acuerdo al tipo de valor se pueden delimitar cuatro campos, de manera práctica, que a su vez permiten identificar a grupos de actores con interés, los que a su vez, serán los que tienen el derecho y la obligación de decidir respecto a la expresión cultural de que se trate. Tales campos son: a) económico, b) cultural, c) social y d) simbólico. Lo que se requiere, es que cada una de las expresiones identificadas en el momento anterior, sean a su vez clasificadas de acuerdo al valor principalmente atribuido a ellas por quienes la detentan. Es natural

que toda expresión cultural pueda ser valorada tanto en lo económico, como en lo cultural o en lo simbólico, sin embargo, lo que aquí se propone es atender para su clasificación, al valor que implica para quienes ya efectúan, practican o conocen la expresión cultural de que se trate. Este momento es eminentemente analítico y se recomienda que sea realizado por especialistas del tema, preferentemente académicos, que conozcan mediante observación, participación y análisis a las expresiones culturales de que se trate. Clasificar las expresiones a su vez deberá conducir a la identificación personalizada de los actores o partes interesadas.

3) Integración de comités por campo estratégico de acción. Una vez que se han identificado las expresiones culturales con potencial para su aprovechamiento, así como a los actores individuales o colectivos con interés en cada expresión cultural, se procede con el empoderamiento de la comunidad, a través de la integración de comités, o sub-comités, de preferencia por campo estratégico, es decir uno para las expresiones culturales con principal valor económico o cultural, social o simbólico. En estos comités se tomarán las decisiones en el futuro respecto a cómo, cuándo y hasta qué límite se podrán aprovechar, o no, turísticamente las expresiones culturales que a su vez sean reconocidas como patrimonio cultural inmaterial. Es de especial relevancia, de acuerdo con el modelo aquí propuesto, que se incluya en los comités tanto a los organismos públicos y privados de fomento a la cultura como a los del turismo. Esta parte sin duda es la más compleja del ejercicio,

pero también es la que puede garantizar el éxito o fracaso de todo futuro proyecto o plan de turismo rural.

4) Selección de las expresiones culturales a patrimonializar. Una vez integrados los cuatro (o más si fuera necesario) comités, lo siguiente es decidir qué expresiones culturales requieren de un proceso activo para su salvaguarda, por su valor intrínseco o importancia para la comunidad. Estas expresiones serán las que se incorporarán al denominado “catálogo de patrimonio cultural inmaterial local” como le denomina la UNESCO y tendrán que ser objeto de especial atención y protección. Es muy importante dejar en claro que estas expresiones patrimonio, no necesariamente deberán ser aprovechadas turísticamente, pero es en extremo importante que todos los participantes, actores con interés, lo reconozcan y respeten. Si en este momento o etapa no fuera posible llegar a acuerdos claros para todas las expresiones culturales, la sugerencia es elegir las menos, incluso una o dos, en las que si se llegue a acuerdo, antes de continuar. La historia ha demostrado que de excluirse opiniones o de tomar decisiones con minorías parciales, genera conflicto, mismo que generalmente desencadena en frustraciones o incluso violencia entre miembros de la comunidad o hacia el turismo. En todo caso, si desde este momento no es viable llegar a acuerdos, entonces lo más recomendable sería no continuar con ningún proyecto de turismo rural, sino hasta que se tenga esta base razonablemente establecida, esto implica reconocer que las comunidades también tienen derecho a no estar de acuerdo con

la patrimonialización de sus expresiones culturales.

5) Selección del patrimonio cultural inmaterial a ser aprovechado turísticamente. De manera análoga al paso anterior, en este, cada comité, deberá elegir aquellas expresiones patrimonio cultural inmaterial que si pueden ser aprovechadas para el turismo. Se recomienda que además se defina claramente si los turistas podrán participar como espectadores, como invitados o como actores centrales, en qué temporadas del año, si la participación podrá ser permanente o restringida, si se abrirán a todo el público o se reservarán ciertos derechos para otorgar permisos. Si bien cada comité tendrá que tomar las decisiones respecto a lo que a su campo corresponde, a partir del paso subsecuente, lo recomendable es trabajar de manera integrada, para efecto de que los recursos sean mejor aprovechados y se posibilite la coordinación de tiempos y esfuerzos. Es muy importante el tema de llegar a acuerdos, con las mismas consideraciones indicadas en el paso anterior.

6) Diseño de las experiencias turísticas. En este paso, se requiere integrar preferentemente a más de una de las expresiones culturales en un solo producto. Este producto debería agrupar las expresiones en torno a una “historia” o narrativa, a manera de una producción cinematográfica, en la que se consideren los distintos factores que se han encontrado exitosos históricamente en diversas partes del mundo: a) respetar un tiempo narrativo, es decir que la experiencia que vivirá el turista tenga “su propia historia”, con un inicio, un

desarrollo, un clímax o punto de mayor atención y un desenlace, b) emotividad, es decir que la experiencia integre elementos que conduzcan a una conexión emocional para el turista y también para la comunidad anfitriona, c) significado relevante, es decir que la importancia que para la comunidad tiene la expresión cultural, sea transmitida también al turista, para que la comprenda y la valore en el mismo sentido en el que la valora la comunidad local, d) calidad, es fundamental que desde la etapa de planificación se consideren los aspectos que permitirán conducir en su gestión práctica, a las experiencias de manera homogénea a lo largo del tiempo, esto implica necesariamente un proceso de capacitación para quienes se encargarán de ofrecer la experiencia a los turistas, por lo que será necesario establecer si serán los propios conocedores o portadores de la expresión cultural o existirán mediadores o intérpretes que a su vez tendrán tal responsabilidad.

En este momento es necesario tomar en consideración tanto tiempos como espacios que se destinarán a la o las experiencias turísticas, estos últimos a su vez es muy probable que requieran de alguna clase de acondicionamiento o preparación para recibir a los turistas, en la cantidad y tiempos que la comunidad, a través de sus comités, establezcan y controlen. Desarrollar un bosquejo general de la experiencia a ofrecer mediante análisis por cuadrante resultado del diagnóstico, en el cruce de variables: importancia y propiedad, así como si se enfocará a turistas culturales dedicados, a turistas culturales ocasionales o a ambos.

Es muy importante que esta etapa quede registrada y acordada, pues en la práctica es justamente la que tiende a generar dificultades entre quienes participan y quienes no lo hacen en la comunidad y también puede conducir a malentendidos entre la comunidad, los mediadores o intermediarios, la industria turística y los propios turistas. Es recomendable que esta parte cuente con el apoyo también de especialistas con experiencia y conocimientos sobre comercialización y gestión de turismo rural.

7) Gestión de las experiencias turísticas. Este es el paso culminante, cuando las experiencias turísticas se ofrecen directamente al turista, si hubo una adecuada planificación y preparación, se espera que comience a haber un flujo de visitantes, pero será necesario mantener el cuidado en todo momento respecto a los elementos antes mencionados como factores que conducen a exitosas experiencias turísticas y en todo momento cuidar del respeto total a las expresiones culturales, de manera que el objetivo central sea siempre la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial y el respeto a las decisiones de la comunidad. No es un momento final entonces, pues implica que permanentemente deberá haber revisiones respecto al avance y logro de objetivos, así como ajustes en las experiencias ofrecidas de modo que incluso sea necesario cambiar su diseño o las decisiones antes tomadas. No obstante la recomendación sigue siendo la misma, es la comunidad la que tiene el total derecho de decidir qué se patrimonializa, qué se ofrece al turista y qué deja de hacerse, en tanto que es obli-

gación permanente de las organizaciones e instituciones externas, el informarles correctamente, el asesorarles respecto a los riesgos para la propia cultura, así como acompañarles respetando sus decisiones. De otro modo, las dificultades, los conflictos y la pérdida cultural estarán garantizados.

CONCLUSIONES

En el presente documento se presentó una propuesta de modelo conceptual para el aprovechamiento del patrimonio cultural inmaterial bajo el enfoque del diseño de experiencias turísticas interpersonales. El modelo se divide en dos partes, la primera denominada base analítica, en la que se hace énfasis en que no toda expresión cultural debería ser considerada patrimonio cultural inmaterial, así como no todo el patrimonio cultural inmaterial debería ser compartido con el turismo, por las comunidades rurales. La segunda parte del modelo, se denomina gestión en la práctica y hace referencia a siete etapas o momentos, no necesariamente secuenciales, que pueden ayudar a una comunidad rural a diseñar experiencias turísticas centradas en el aprovechamiento de las expresiones culturales que les son propias, de modo que cuenten con los medios y posibilidades de ser puestas en valor y objeto de salvaguarda compartida con la industria turística.

Se hace énfasis a lo largo de la explicación del modelo, que en el centro siempre se encuentra el derecho fundamental de las comunidades para decidir y actuar en consecuencia, pero también en la ne-

cesidad de un acompañamiento por parte de expertos y de agentes externos con responsabilidades específicas, pero siempre bajo el liderazgo de la propia comunidad.

El modelo propuesto, se alcanzó como resultado de un planteamiento preliminar basado en las teorías de los campos de acción estratégica (Fligstein y McAdam, 2012), y de la construcción social de la experiencia turística (González, 2017a), y ajustado a partir de la revisión de documentos sobre el turismo rural, el turismo de naturaleza y el turismo comunitario en México, así como la propia experiencia del autor, por lo que se considera alcanzado el objetivo de integrar una propuesta, con posibilidades de ser aplicable de manera práctica.

Es justamente en la posibilidad de aplicación práctica del modelo, en donde se encuentra la principal aportación del presente documento, la cual evidentemente adolece de una comprobación práctica, poniendo de manifiesto que esta tendría que ser la prioridad a efectuar. Asimismo, la propuesta no se puede considerar inmejorable, puesto que su propio ejercicio, incidirá en afinaciones y modificaciones que tenderán a su mejora.

Si bien es un esfuerzo incipiente, resulta no solo oportuna y pertinente una propuesta de este tipo, dadas las condiciones en las que se encuentra hoy en día el turismo rural en México y el auge que en los próximos años se prevé respecto al turismo cultural centrado en el aprovechamiento comercial turístico del patrimonio inmaterial en el mundo. La presión ya

existe para incorporar al mercado a la cultura y los usos tradicionales del medio rural, hacerlo sin información o como parte de una moda, sin una reflexión y cuidado previos, seguramente generará más problemas que soluciones.

BIBLIOGRAFÍA

- Bourdieu, P., y Wacquant, L. J. D. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Campos, A. C., Mendes, J., Valle, P. O. do, y Scott, N. (2015). Co-creation of tourist experiences: a literature review. *Current Issues in Tourism*, 21(4), 369–400. <https://doi.org/10.1080/013683500.2015.1081158>
- Chandralal, L., y Valenzuela, F.-R. (2013). Exploring Memorable Tourism Experiences: Antecedents and Behavioural Outcomes. *Journal of Economics, Business and Management*, 1(2), 177–181. <https://doi.org/10.7763/JOEBM.2013.V1.38>
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*. <https://doi.org/doi:10.1177/003803857901300203>
- Conti, G., y Perelli, C. (2005). Traditional Mass Tourism Destinations: the decline of Fordist tourism facing the rise of vocational diversification. In *Consuming Places*. (pp. 1–20).
- Du Cros, H., y McKercher, B. (2015). *Cultural tourism* (2a ed.). London: Routledge.
- Elands, B. H. M., y Lengkeek, J. (2012). The tourist experience of out-there-ness: Theory and empirical research. *Forest Policy and Economics*, 19, 31–38. <https://doi.org/10.1016/j.forpol.2011.11.004>
- Estaregue, D., Schmidt A. G., Díaz, E. A., y Matos, M. (2017). Design experiencial no turismo: uma revisão integrativa sobre o tema. *Revista Iberoamericana de Turismo-RI-TUR*, 7(1), 85–100. <https://doi.org/10.2436/20.8070.01.47>
- Fligstein, N., y McAdam, D. (2011). Toward a General Theory of Strategic Action Fields. *Sociological Theory*, 29(1), 1–26. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2010.01385.x>
- Fligstein, N., y McAdam, D. (2012). *a theory of fields*. New York: Oxford University Press.
- Gelter, H. (2010). Total experience management – a conceptual model for transformational experiences within tourism. In *The Nordic Conference on Experience 2008. Research, Education and Practice in Media* (pp. 46–78). Vaasa: Tritonia.
- González, A., y Macías, A. R. (2017). Modelo Conceptual de los Marcos Primarios de la Experiencia Turística Mediada por Tecnología. *Rosa Dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 9(II), 159–178. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v9i2p159>
- González, A. (2018). Construcción colectiva de la experiencia turística para la sociedad anfitriona: una mirada desde el sur. *Revista Latinoamericana Turismologia*, 4(1), 34–51.
- González, A. (2017a). *Construcción social de la experiencia turística* (1st ed.). Madrid: Bubok Publishing S.L. Retrieved from <https://www.bubok.org>

- com.mx/libros/201388/Construccion-social-de-la-experiencia-turistica
- González, A. (2017b). Transformaciones espacio-temporales inducidas por las TIC en la experiencia turística: reflexiones desde el constructivismo social. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 7(1), 23–34.
- Hiriart, C. (2011). Panorama mundial del turismo cultural. *Cuadernos Del Patrimonio Cultural CONACULTA*, 18, 13–33.
- ICOMOS. (2019). International Council on Monuments and Sites. Retrieved August 26, 2019, from <https://www.icomos.org/en>
- Ingram, C., Caruana, R., y McCabe, S. (2017). PARTicipative inquiry for tourist experience. *Annals of Tourism Research*, 65, 13–24. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.04.008>
- Jurowski, C. (2009). An examination of the four realms of tourism experience theory. In *International CHRIE Conference-Refereed Track* (pp. 1–8). Amherst: University of Massachusetts. <https://doi.org/ISBN#0-9746470-8-X>
- Kim, J.-H. (2014). The antecedents of memorable tourism experiences: The development of a scale to measure the destination attributes associated with memorable experiences. *Tourism Management*, 44, 34–45. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.02.007>
- Kim, J.-H., y Ritchie, J. R. B. (2014). Cross-Cultural Validation of a Memorable Tourism Experience Scale (MTES). *Journal of Travel Research*, 53(3), 323–335. <https://doi.org/10.1177/0047287513496468>
- Lu, L., Chi, C. G., y Liu, Y. (2015). Authenticity, involvement, and image: Evaluating tourist experiences at historic districts. *Tourism Management*, 50, 85–96. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.01.026>
- Majboub, W. (2014). Co-creation of Value or Co-creation of Experience? Interrogations in the Field of Cultural Tourism. *International Journal of Safety and Security in Tourism*, 7(7), 12–31.
- Mehmetoglu, M., y Engen, M. (2011). Pine and Gilmore's Concept of Experience Economy and Its Dimensions: An Empirical Examination in Tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 12(4), 237–255. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2011.541847>
- Moghavvemi, S., Woosnam, K. M., Paramanathan, T., Musa, G., y Hamzah, A. (2017). The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development. *Tourism Management*, 63, 242–254. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.021>
- Monterroso, N., y Zizumbo, L. (2009). La reconfiguración neoliberal de los ámbitos rurales a partir del turismo: ¿Avance o retroceso? *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 50,

- 133–164.
- Oh, H., Fiore, a. M., y Jeoung, M. (2007). Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications. *Journal of Travel Research*, 46(2), 119–132. <https://doi.org/10.1177/0047287507304039>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2011). ¿ Qué es el patrimonio cultural inmaterial? UNESCO Patrimonio Cultural Inmaterial.
- Organización Mundial de Turismo. (2013). *Estudio sobre el turismo y el patrimonio cultural inmaterial*. Madrid: Organización Mundial del Turismo (UNWTO).
- Palomino, B., y López, G. (2007). *Evaluación 2006 del Programa Ecoturismo en Zonas Indígenas*. Mexico: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. Retrieved from <http://ru.iiec.unam.mx/2370/>
- Reisinger, Y. (2013). *Transformational Tourism. Tourist Perspectives*. Oxfordshire: CAB International.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Sfandla, C., y Bjork, P. (2012). Tourism Experience Network: Co-creation of Experiences in Interactive Processes. *International Journal of Tourism Research*, 15(5), 495–506. <https://doi.org/10.1002/jtr.1892>
- Sharpley, R., y Stone, P. R. (2012). *Contemporary Tourist Experience, Concepts and Consequences*. London: Routledge.
- Smith, L., y Akagawa, N. (2008). *Intangible heritage*. London: Routledge. Retrieved from https://books.google.es/books?id=5T99AgAAQBAJyd-q=intangible+heritage+researchyl-r=yhl=esysource=gbs_navlinks_s
- Tung, V. W. S., y Ritchie, J. R. B. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367–1386. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.009>
- Tussyadiah, I. P. (2014). Toward a Theoretical Foundation for Experience Design in Tourism. *Journal of Travel Research*, 53(5), 543–564. <https://doi.org/10.1177/0047287513513172>
- UNESCO. (1972). Convención sobre la protección del patrimonio mundial cultural y natural. París: UNESCO. Retrieved from <https://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>
- UNESCO. (2003). Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. París: UNESCO.
- UNESCO. (2019). UNESCO World Heritage Centre - World Heritage. Retrieved August 26, 2019, from <https://whc.unesco.org/en/about/>
- UNESCO, y PCI. (s.f.). Identificar e inventariar el patrimonio cultural

- inmaterial. Madrid: UNESCO, Gobierno de Noruega, Gobierno de España.
- UNWTO. (2019). Cultural Heritage - World Tourism Organization UNWTO. Retrieved August 26, 2019, from <http://www2.unwto.org/content/cultural-heritage-1>
- Uriely, N. (2005). The tourist experience. Conceptual developments. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 199–216. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.07.008>
- Villaseñor, I., y Zolla, E. (2012). Del patrimonio cultural inmaterial o la patrimonialización de la cultura. *Cultura y Representaciones Sociales*, 6(12), 75–101.
- Walker, K., y Moscardo, G. (2014). Encouraging sustainability beyond the tourist experience: ecotourism, interpretation and values. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(8), 1175–1196. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.918134>
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349–370. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0)
- Wang, Y. (2007). Customized authenticity begins at home. *Annals of Tourism Research*, 34(3), 789–804. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.03.008>
- Wearing, S. L., y Foley, C. (2017). Understanding the tourist experience of cities. *Annals of Tourism Research*, 65, 97–107. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.05.007>
- Zhu, Y. (2012). Performing heritage: Rethinking authenticity in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1495–1513. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.04.003>



**TURISMO COMUNITARIO COMO INICIATIVA
DEL DESARROLLO RURAL EN LA
PARROQUIA SAN RAFAEL DE LA LAGUNA**

Dennis Ortiz Cumbal
Victoria Ruiz Erazo
Armando Flores Ruiz
Antonela Camacás Urresta

INTRODUCCIÓN

En los últimos años se observa un cambio en el comportamiento de los turistas, los cuáles buscan otra forma de conocer los lugares, mostrándose como personas activas en sus viajes. Así, se busca aprovechar otros destinos donde la cultura local, lo étnico, lo diferente, las costumbres autóctonas y la herencia histórica de esas áreas adquieren cada vez más importancia y, en este sentido, se busca experimentar la diversidad cultural, generando en los turistas un grado de interacción con la comunidad local.

Asimismo, y desde la perspectiva de la oferta, se considera que el turismo sostenible puede convertirse en una actividad complementaria (pero nunca como única alternativa económica) a los tradicionales sectores económicos de la comunidad local, pero con la premisa básica de que sean los habitantes del lugar los que desarrollen y gestionen dichos procesos (Guzmán, Borges y Castillo, 2011, p.433).

La parroquia San Rafael de la Laguna, ubicada en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura, posee comunidades dedicadas en su gran mayoría a la actividad agrícola. Una de las situaciones que han llevado a la Parroquia de San Rafael de la Laguna a buscar nuevas formas de desarrollar su economía ha sido el escaso empleo que ha existido en la zona, hay

quienes se han dedicado a la actividad turística gracias a los recursos naturales y culturales con los que cuenta la parroquia, pero no poseen el conocimiento adecuado de cómo se maneja la misma; otro de los inconvenientes es la falta de gestión e iniciativa por parte de las autoridades cantonales, parroquiales y comunitarias, además, la parroquia no cuenta con un inventario de las actividades turísticas comunitarias y a pesar de contar con actividades turísticas comunitarias no llegan los turistas a la diferentes comunidades.

El objetivo de este trabajo es evidenciar la situación actual de la Parroquia de San Rafael de la Laguna y el impacto que ha generado el turismo comunitario en el desarrollo rural de la zona. Para justificar esta propuesta se ha realizado una investigación bibliográfica relacionada con el turismo comunitario. Posteriormente se describe el área geográfica y se realiza un análisis de la oferta y demanda de la parroquia con la finalidad de conocer la situación real de las comunidades, y orientar a sus miembros en procesos competitivos para mejorar la oferta turística de la zona, que contribuya el desarrollo socioeconómico y la calidad de vida de la comunidad.

DESARROLLO

TURISMO COMUNITARIO

El concepto de turismo comunitario (Community-Based Tourism –CBT–) aparece por primera vez en la obra de Murphy (1985) donde se aborda las relaciones entre la actividad turística y la gestión basada

en la propia comunidad local de países en vías de desarrollo, cuestiones posteriormente desarrolladas por el mismo autor en 2004 (Guzmán, Borges y Castillo, 2011, p.433).

El concepto de turismo comunitario ha emergido como una posible solución a los efectos negativos, sobre todo culturales y medioambientales, del turismo de masas en países en vías de desarrollo, permitiendo, al mismo tiempo, ser una estrategia para la organización de la propia actividad de la comunidad (Guzmán y Cañizares, 2009, p.89).

El turismo comunitario está hoy amparado y potenciado por diferentes organizaciones internacionales, entre las que destaca la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2002), y presenta varios objetivos, entre los cuales destacan los siguientes: el desarrollo socioeconómico de la comunidad local, la conservación de los recursos naturales y culturales y la calidad del servicio que recibe el visitante (Hiwasaki, 2006).

Según Guzmán y Sánchez (2009, p.89), la cadena del turismo comunitario está compuesta por tres bloques diferentes. El primer bloque está integrado por los actores encargados de la planificación turística, como pequeñas oficinas de turismo que en algunos casos también funcionan como guías turísticos, y cuyo protagonismo en la cadena aún no es muy importante debido a la falta de una estrategia competitiva en la mayoría de las áreas geográficas en la llegada de flujos de turistas. Un segundo bloque está formado por las empresas de

servicios directos, en el que sobresalen dos grupos: los de alojamiento y los de restauración. Finalmente, el tercer bloque incluye a las empresas de apoyo a la actividad turística, entre las que destacan las empresas de transporte, las empresas de turismo activo, y asimismo y cada vez con mayor importancia, las tiendas de venta de productos típicos, sobre todo de artesanía.

TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR

Doris Solís Carrión ubica el origen del turismo comunitario en el Ecuador para la década de los 80's y cita como antecedente la resistencia de las comunidades indígenas a las actividades petroleras y madereras en los años 70's que representó una disminución de sus territorios, la privatización de sus recursos comunales y, por tanto, una disminución de tierras para caza, estancia y agricultura, creando al mismo tiempo una demanda de las comunidades hacia el apoyo económico de las empresas petroleras (Escalera y Ruiz, 2011).

Fanny Roux refiere a Julie Carpentier, quien igualmente opina que el turismo comunitario en Ecuador surge en oposición a las empresas extractivas y de operación turística, de modo que ahora los pueblos indígenas serían "sujetos" y no "objetos de desarrollo" (Roux, 2013). En este contexto, durante la década de los años 80's, los pueblos indígenas formaron la Confederación de Nacionalidades Indígenas de la Amazonía Ecuatoriana (CONFENIAE) y la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE), en la

búsqueda de la revalorización de sus derechos culturales y de herencia territorial, del desarrollo local y la gestión propia, aunque empírica del “ecoturismo con base comunitaria” (Rodas, Donoso y Sanmartín, 2015, p.63).

A finales de los 90’s el poder legislativo, el municipal y la gestión de los movimientos indígenas y afros a través del Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador, (CODENPE), el Proyecto de Desarrollo de los Pueblos Indígenas y Negros del Ecuador (PRODEPINE) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT) proponen la “necesidad y reconocimiento de la FEPTCE”. Para el año 2002 las políticas públicas fortalecen el desarrollo del turismo comunitario a través de la Ley de Turismo (Rodas, Donoso y Sanmartín, 2015, p.64).

Actualmente, se considera que el turismo comunitario es una fuente considerable de ingresos económicos para una zona determinada, pero más allá de esto, ayuda a los pueblos y nacionalidades a mantener su cultura, a practicar la interculturalidad y generar un espacio donde existan actividades productivas en las cuales todos los miembros de la comunidad participen activamente y logren desarrollarse. Es así que en el PLANDETUR 2020 elaborado por el Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR] en el año 2013 menciona lo siguiente:

Dentro del sector turístico comunitario, se debe mencionar que los emprendimientos económicos comunitarios realizados por las comunidades

y organizaciones comunitarias de las nacionalidades y pueblos del Ecuador, promueven la operación turística bajo la óptica de vivir una experiencia económica social comunitaria, generando alternativas económicas solidarias y productivas. (p.291).

El turismo comunitario se ha convertido en una gran oportunidad de mejora para las diferentes localidades, gracias a eso pueden desarrollarse en conjunto, manteniendo sus costumbres y tradiciones con el pasar de los años, y a su vez, protegiendo los recursos naturales que poseen.

De acuerdo a las investigaciones de Ruiz, Hernández, Coca, Cantero y Del Campo (2008):

Por definición el turismo comunitario en Ecuador complementa, no subsume, el funcionamiento económico de la comunidad, la diversidad económica es una salvaguarda para las comunidades. Su funcionamiento no se basa en el empleo por cuenta ajena, y en mayor o menor grado, según los casos, debe generar directa o indirectamente beneficios tangibles para el conjunto de la comunidad: aportaciones para los fondos comunitarios. (p. 404).

Se puede manifestar que el turismo comunitario busca un desarrollo próspero de todos los miembros de la comunidad que incursiona en la actividad turística, que todos se vean beneficiados. También esto ayuda a conservar las costumbres y tradiciones que caracterizan a determina-

da comunidad, manteniendo su cosmovisión y patrimonio tangible e intangible.

PRINCIPIOS DEL TURISMO COMUNITARIO EN EL ECUADOR

La guía de turismo comunitario del Ecuador, redactado por la La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) en 2007, ha determinado ciertos principios centrales para el ejercicio del turismo comunitario, como son la conservación ambiental, la defensa de los territorios que se vincula a los derechos colectivos, y la defensa de la vida aparecen como aspectos centrales del discurso de la Federación (Roux,2013):

- En lo ambiental. El turismo es un medio para conservar el patrimonio natural, es un factor importante para conservar la diversidad de especies, valora la naturaleza, la cuida y la mantiene, evita que se contamine el patrimonio natural, enseña a valorar los recursos naturales, ayuda a concienciar a los visitantes sobre la conservación del patrimonio, cuida la integridad de los recursos naturales, mantiene el control del territorio, apoya la no extracción del patrimonio natural, contribuye a mantener la diversidad agrícola de los territorios.
- En lo cultural. La actividad turística reivindica la identidad cultural, mantiene el idioma, forma de alimentación, vestimenta y costumbres ancestrales, revaloriza la cultura, muestra lo que aún son cada una de las comunidades, determina la vida en convivencia intercultural, revaloriza las prácticas, costumbres y saberes tradicionales, muestra y reafirma el carácter pluricultural del Ecuador.
- En lo social. A través del turismo se promueve la práctica de los derechos colectivos, demuestra que no son pueblos subdesarrollados sino en vías de desarrollo, conciencia a los turistas sobre la importancia de la defensa de los territorios, los visitantes aprenden de cada una de las comunidades y de cada uno de sus individuos, el turismo es una alternativa que apoya a las familias, ayuda a lograr el desarrollo social de la comunidad, fortalece el nivel organizativo, da a conocer a cada una de las comunidades a nivel nacional e internacional, mejora las condiciones de vida de los comuneros, evita la migración, promueve la integración de los miembros de la comunidad, fortalece la autoestima y promueve la solidaridad, cooperación y respeto a la vida.
- En lo económico. Mediante el turismo existen nuevas fuentes de trabajo, se generan ingresos económicos, diversifica las actividades productivas de las comunidades, ayuda a la reinversión de los beneficios económicos en educación, salud, servicios básicos.
- En lo político. El turismo ha colaborado para que las comunidades sean escuchadas como grupo y no como personas individuales, se va logrando el empoderamiento de las nacionalidades y pueblo así como también una identidad frente a la defensa del territorio. (p.22).

MARCO LEGAL DEL TURISMO COMUNITARIO EN EL ECUADOR

El turismo comunitario tiene preponderancia en el marco legal ecuatoriano, así como en los planes de desarrollo nacionales. En la Ley de Turismo del 2002, Art. 3, literal e) se establece que el “Estado reconoce la participación legítima de las comunidades indígenas, rurales, montubias, campesinas y afroecuatorianas en la prestación de servicios turísticos”. En el Art. 12 se dispone que las comunidades locales organizadas y capacitadas recibirán del Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), todas las facilidades para el desarrollo del turismo y no tendrán exclusividad de operación en el lugar que presten sus servicios. Por otra parte, el Art. 13 crea el Consejo Consultivo de Turismo, un órgano asesor de la actividad turística del país y del MINTUR. Este consejo estaría integrado por 10 miembros con voz y voto, uno de los cuales sería un representante de la FEPTCE” (Rodas, Donoso y Sanmartín, 2015, p.64).

En el año 2009 el MINTUR expidió el Instructivo para Registro de Centros de Turismo Comunitario (CTC), y en el año 2010, el Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios considerando que “es urgente apoyar a las comunidades que buscan el desarrollo del turismo como herramienta de lucha contra la pobreza” (Rodas, Donoso y Sanmartín, 2015, p.65).

Para Carlos Maldonado este reglamento “es un proceso burocrático (...) un riesgo de nuevas barreras para el ejercicio del turismo comunitario” en alusión a los requisitos para el registro de los CTC. Si bien es cierto son requisitos que envuelven trámi-

tes ante distintas instituciones, no obstante aseguran el carácter comunitario del emprendimiento, la capacitación recibida en materia turística y la organización interna. Este reglamento dispone en su Art. 4 que la comunidades “deben estar constituidas como personas jurídicas”; además de registrarse en el MINTUR antes del inicio de sus operaciones; en el Art. 5 se estipula que habrá emprendimientos turísticos de propiedad privada o familiar que “no se involucren en la actividad turística comunitaria; no obstante se someterán a las normas comunitarias “en cuanto al uso y gestión de los atractivos turísticos”; el Art. 9 dispone que habrá una visita de inspección por parte del MINTUR para verificar si el emprendimiento cumple con los estándares mínimos de calidad y el Art. 18 establece la condición de exclusividad de los atractivos turísticos asentados en una comunidad; de modo que si cuenta con títulos de propiedad o bajo posesión ancestral tienen “derecho de dominio o derecho de posesión”. Para que la empresa privada use estos recursos deberá coordinar con la comunidad. (Rodas, Donoso y Sanmartín, 2015, p.65).

PARROQUIA SAN RAFAEL DE LA LAGUNA

La parroquia San Rafael de la Laguna pertenece al grupo de las parroquias rurales del cantón Otavalo, en la provincia de Imbabura, tiene una ubicación privilegiada, puesto que, está rodeada por montañas y volcanes como el Imbabura, Cusín y Mojanda. Se encuentra a 10 minutos en vehículo desde la ciudad de Otavalo y a 35 minutos desde la ciudad de Ibarra.

La parroquia San Rafael de la Laguna, se creó el 7 de junio de 1884. De acuerdo al último censo realizado por el INEC en el año 2010, la parroquia San Rafael tiene una población total de 4508 habitantes, de las cuales el 47% representa a la población de género masculino y el 53% al género femenino (Cevallos, 2015, p. 13).

La población se encuentra organizada en nueve comunidades rurales indígenas como son: Tocagón, Capillapamba, Huaycopungo, Cachiviro, Cuatro Esquinas, Cachimuel, Mushuk Ñan, San Miguel Alto y San Miguel Bajo y una población mestiza minoritaria asentada en el sector urbano de la parroquia. La comunidad de Huaycopungo es la más poblada con un número de 500 familias y la comunidad con menor población de familias es la comunidad de MushukÑan con 55 familias (Cevallos, 2015, p. 13).

La comunidad considera a la familia o el ayllu como la unidad social elemental. Los conjuntos de ayllus conforman una comunidad, cada una de las cuales está representada por un líder, hombre o mujer, elegido democráticamente a través de las asambleas comunitarias. El orden social y la gobernanza están regidos por la justicia ancestral. Las normas de conducta, moralidad, y códigos sociales están influenciados por la comunidad, por lo que cada miembro es observador y garante de la preservación de este orden social (Cevallos, 2015, p. 23).

El idioma materno del territorio es el Kichwa, la población adulta indígena en su totalidad lo dominan, en las comunidades son bilingües por dominar el castellano,

que es uno de los idiomas más sobresalientes en la sociedad, en las actuales generaciones, el idioma Kichwa se ha ido perdiendo, por lo que es necesario inculcar a la población sobre la importancia del idioma del territorio ya que forma parte de su identidad cultural (Cevallos, 2015, p. 26).

ACTIVIDAD ECONÓMICA

La actividad agrícola sigue siendo una de las más importantes a nivel parroquial, la cultura de la siembra, cosecha y el intercambio ha permitido que la práctica de esta actividad se mantenga a través del tiempo, cultivos tradicionales como el maíz, frejol, arveja, cebada y trigo se ubican en las partes altas como en San Miguel Alto, Tocagón y Cachimuel, que destinan su producción para el autoconsumo, y el poco excedente que generan es vendido en la ciudad de Otavalo. A diferencia de los sectores bajos como Huaycopungo, Cuatro Esquinas, San Miguel Bajo y Cachiviro que por los beneficios del agua han logrado implementar cultivos no tradicionales dentro de sus parcelas como frutilla y tomate de árbol, además el cultivo de totora en estas comunidades genera un movimiento productivo a las orillas del Lago San Pablo (Cevallos, 2015, p.35).

El 26,35% de la población se dedica a la industria manufacturera generalmente practicada como actividad complementaria en el hogar, la actividad manufacturera se ha desarrollado mediante la integración y organización comunitaria de un cierto grupo de hombres y mujeres emprendedores que decidieron incorporar un valor agregado a la tradicional producción de totora.

Una de las principales asociaciones inmersas en esta actividad artesanal es la Asociación “MAQUIPURASHUN” que cuenta con 25 socios activos que se dedica principalmente en proveer las artesanías a la empresa Totorá Sisa creada por iniciativa de los principales actores sociales de la Parroquia como: la Junta Parroquial de San Rafael de la Laguna, los artesanos de las comunidades de Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas, Tocagón, y la Unión de Comunidades Indígenas de San Rafael de la Laguna (UNCISA), con el apoyo de diferentes organismos nacionales, la cual es encargada de comercializar los productos a nivel nacional principalmente a las ciudades de Quito, Guayaquil, Machala, Babahoyo y parte de sur de Colombia. La microempresa comunitaria Totorá Sisa, agrupa a más de 50 productores, quienes trabajan de manera conjunta y bajo pedido (Cevallos, 2015, p.35).

Entre otras actividades podemos señalar el comercio mayor y menor que representa el 13,58% de la PEA, seguido de actividades no declaradas con un 9,29% de participación que comprenden actividades informales o esporádicas, también podemos identificar que la construcción representa el 5,35% de la PEA, esta actividad es practicada en su mayoría fuera de la parroquia mediante contratos eventuales que se dan en ciudades cercanas como Ibarra y Otavalo (Cevallos, 2015, p.35).

PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE E INTANGIBLE

La parroquia cuenta con importantes bienes de patrimonio cultural, inventaria-

do por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), las viviendas datan en inicios del siglo XX, la primera Iglesia Parroquial es construida en el año 1884 y reconstruida en el año 1945, además posee otros bienes tangibles como son el Parque Central, La Estación de Tren de San Rafael que actualmente su encuentra deteriorada, La Junta Parroquial, Junta administradora ECAPASR y 21 viviendas particulares (Cevallos, 2015, p.25).

El patrimonio intangible es considerado como las expresiones vivas de un pueblo, en la actualidad, la parroquia conserva tradiciones y costumbres, tradiciones orales y actos festivos, los mismos que se detallan a continuación:

- ***Tradiciones y costumbres***

La vestimenta de los Kichwas Otavalos se diferencia de las demás comunidades del Ecuador en su vestimenta. Las mujeres visten con una camisa de lienzo blanco adornada con bordado de flores multicolores el pecho, la espalda y los hombros, dos anacos de color blanco y azul o negro, los mismos que se sujetan con dos fajas el uno denominada mama chumpi, y el otro wawa chumpi que es una faja más delgada. En el cuello se colocan collares o también conocidos como wallkas, en las manos se amarran las pulseras o manillas (makiwatarinas) estas son de coral o de plástico, la chalina que se lleva anudada sobre los hombros, las cintas que usan las mujeres para envolver el cabello y para los pies los alpargates (Cevallos, 2015, p.26).

La indumentaria del hombre consiste en un sombrero de paño por el que sobresale su largo cabello en una magnífica trenza como rasgo de identidad, el mismo que constituye el más elegante complemento de la indumentaria tanto en la ciudad como en el campo. El pantalón es de color blanco, corto a la altura de los tobillos, la camisa es sencilla también de color blanco aunque puede variar, llevan un poncho color azul de lana típico en los indígenas que le sirve para protegerse del frío y el calor preferentemente y su calzado son las alpargatas de color blanco (Cevallos, 2015, p.27).

Otra de las actividades tradicionales de las comunidades de la parroquia es la elaboración de esteras con fibra de totora. El material lo adquieren de las orillas del lago San Pablo, para la obtención de la fibra realizan varios procesos, como es la extracción de la totora al cortar, el secado, la clasificación de las fibras en buen estado y por último la elaboración.

Los conocimientos adquiridos son autóctonos de la población, según estudios realizados antes los abuelos empleaban las esteras para guardar granos, y otras funciones, en los últimos años los artesanos adquirieron nuevas técnicas en elaborar artesanías con totora (Cevallos, 2015, p.29).

La medicina ancestral también es una tradición que practican los habitantes de la parroquia y se ha ido transmitido de generación en generación, se emplean las plantas medicinales propias del territorio, pero solo aplican para enfermedades leves, las enfermedades graves son atendidas por la medicina occidental. Aún existe la presen-

cia de parteras y Yachaks que practican la medicina tradicional (Cevallos, 2015, p.29).

• *Tradiciones orales*

La tradición oral no está únicamente relacionada a la historia, relatos, cuentos, mitos y leyendas, sino también al conocimiento y saberes ancestrales que la gente local mantiene para entender su entorno natural.

Entre los mitos y leyendas más conocidos por las comunidades están aquellas relacionadas a los espíritus de las montañas como el chuzalungu, o la chificha. Del lago San Pablo se cree que éste ruge cada vez que anuncia una muerte en la comunidad. De las vertientes se mencionan que éstas poseen personalidades masculinas o femeninas y que poseen energías de sanación o enfermedad. De las lagunas de Mojanda se creen que éstas poseen la habilidad de “comer” a incautos pastores y transeúntes. Sin embargo, esta rica diversidad cultural, reflejada en la tradición oral, está amenazada por el olvido colectivo especialmente debido a que las nuevas generaciones mantienen poco interés en su preservación. Asimismo, los ancianos de las comunidades mueren paulatinamente y con ellos su memoria y tradición oral.

Adicionalmente, la progresiva desaparición del idioma Kichwa contribuye a la pérdida de la tradición oral. Lamentablemente, son los mismos padres quienes desvalorizan el idioma nativo por considerarlo “poco práctico o rentable” para el mundo moderno y globalizado (Cevallos, 2015, p.28).

- *Actos festivos*

Huaycopungo celebra la fiesta de HATUN KURAKA RAYMI (fiesta de grandes líderes). Esta fiesta se celebra en el mes de enero de cada año con eventos culturales y deportivos. La fiesta dura una semana aproximadamente con varias actividades deportivas en su mayoría.

La comunidad de Cachiviro realiza cada año la fiesta de RUNA KAY CACHIVIRO en el mes de febrero por motivos de carnaval. Esta es una fiesta deportiva que tiene una duración de una semana, en la cual realizan el campeonato de fútbol intercomunal.

La comunidad de Cuatro Esquinas tienen su particularidad en realizar rituales religiosos como el ÑawiMaillay, que practican el resto de las familias de toda la parroquia. Muchos de estos rituales se los realiza en la vertiente HatunPukyu que a la vez constituye el ícono natural más representativo de la parroquia. De hecho el nombre de HatunPukyu o “vertiente grande” se debe a que es la vertiente con el mayor caudal de agua de San Rafael (Cevallos, 2015, p.27).

La fiesta de El Coraza es una festividad de tipo religioso que inició en la época de la colonia española cuando los curas de las iglesias locales exigían que las comunidades “pasaran la fiesta a las imágenes de los santos”. Hoy esta fiesta ha sido retomada por la población mestiza del centro urbano pero que utiliza los mismos elementos de la fiesta original indígena (Cevallos, 2015, p.27).

El Coraza es un personaje que utiliza un traje de color blanco finamente decorado con lentejuelas multicolores y cubierto su rostro con una máscara de la cual cuelgan joyas de fantasía. En la parte superior de la misma máscara se sujetan a manera de sombrero, un penacho de plumas de colores vivos. Esta es una fiesta que empezó en la comunidad de San Miguel Alto igualmente exigida por la iglesia católica para “pasar la fiesta de San Miguel arcángel”.

Durante la fiesta se entona la música tradicional a base de pallas (instrumento de viento de siete tubos) y tambores mientras los danzantes flamean sus “pendones” o banderas de color rojo. El sacerdote debe cubrir los gastos de la fiesta, especialmente con lo relacionado con la comida y bebida para los invitados. Es un evento que con el pasar de los años se ha fusionado con el pase del Coraza, cuya celebración se la puede disfrutar en el mes de junio (Cevallos, 2015, p.27).

La fiesta de los Pendoneros empezó en la comunidad de San Miguel Alto igualmente exigida por la iglesia católica para “pasar la fiesta de San Miguel arcángel”. Durante la fiesta se entona la música tradicional a base de pallas (instrumento de viento de siete tubos) y tambores mientras los danzantes flamean sus “pendones” o banderas de color rojo. El sacerdote debe cubrir los gastos de la fiesta, especialmente con lo relacionado con la comida y bebida para los invitados. Es un evento que con el pasar de los años se ha fusionado con el pase del Coraza, cuya celebración se la puede disfrutar en el mes de junio (Cevallos, 2015, p.28).

La Rama de Gallos es una práctica en la cual la persona que participa del ritual, comparte comida preparada (caldo de gallos) con los invitados de la fiesta. Según la tradición, en una sogá se cuelgan varios gallos que serán “arrancados” por los invitados. Quien lo haga, debe entregar 12 gallos el año próximo con lo cual se garantiza la continuidad de la celebración. Se lo practica en el mes de junio durante las fiestas del Inti Raymi. El ritual en sí, las danzas, los danzantes y la comida tradicional que se comparte forman parte de un escenario que sirve para fortalecer el desarrollo del turismo comunitario (Cevallos, 2015, p.28).

TURISMO EN LA PARROQUIA SAN RAFAEL DE LA LAGUNA

El centro de atracción turística de la parroquia es el Lago San Pablo, donde no existe un mayor aprovechamiento de este recurso, las iniciativas turísticas de las comunidades no se han podido desarrollar por la escasa infraestructura que poseen para albergar a turistas nacionales y extranjeros. Se pretende potenciar esta actividad mediante la conformación de la Mancomunidad del Lago San Pablo que concentra a las parroquias de González Suárez, San Pablo, San Rafael y Eugenio Espejo, generando circuitos turísticos que conecten a los poblados que se encuentran en las riveras del Lago (Cevallos, 2015,p.36).

El turismo representa apenas el 4% de las actividades desarrolladas en San Rafael, a pesar de generar fuertes ingresos estos se concentran en muy pocas manos, al ser la empresa privada la única entidad que

posee los recursos suficientes y necesarios para brindar a los turistas seguridad y confort. Las empresas privadas como son Hostería Puerto Lago, Cabañas Balcón del Lago han desarrollado un potencial turístico importante por el aprovechamiento de los recursos existentes del lugar y por la ubicación estratégica que han podido comercializar con muy buenos resultados (Cevallos, 2015,p.36).

METODOLOGÍA

La metodología utilizada para la realización de esta investigación fue la revisión bibliográfica, a través de una búsqueda exhaustiva del estado del arte sobre conceptualizaciones de turismo comunitario y como se ha desarrollado el turismo comunitario en Ecuador; la revisión también incluyó libros, revistas y artículos de bases de datos de bibliotecas científicas digitales.

Para el diagnóstico de la situación actual en relación a la oferta de la parroquia San Rafael de la Laguna se utilizó la técnica de la observación de campo a través de fichas de observación que recopilaban información sobre nombre del emprendimiento, propietario, características generales y problemática. Además, se realizaron nueve entrevistas a los dueños de los emprendimientos considerando sólo aquellas cuya propiedad y gestión correspondiese a personas de la propia comunidad local. El instrumento de medida aplicado en las encuestas se basó en un cuestionario de quince preguntas donde se preguntó sobre los servicios que ofrece en el emprendimiento, si cuenta con registro de llegada de turistas, tipo de publicidad que utiliza, acceso del

establecimiento, si ha recibido apoyo por parte de autoridades parroquiales, cantonales, provinciales o gubernamentales para el desarrollo de su emprendimiento y sobre los problemas que enfrenta el emprendimiento.

Para el diagnóstico de la situación actual en relación a la demanda de la parroquia San Rafael de la Laguna se procedió al diseño de dos encuestas. La primera dirigida a los pobladores de la parroquia, la encuesta se distribuyó de forma personal a 377 pobladores de la comunidad. El trabajo de campo se desarrollo en el periodo comprendido entre el 25 y 26 de mayo del 2019. Previamente se realizó un pre-test de diez encuestas. El instrumento de medida aplicado en las primera encuesta se basó en un cuestionario de 10 preguntas donde se preguntaba acerca de actividades de turismo comunitario que conocen los pobladores, actividades de turismo comunitario que ha realizado, actividades de turismo comunitario ofertados en la parroquia y problemas que afectan al turismo comunitario.

La segunda encuesta se desarrolló con la finalidad de conocer la percepción de los turistas en relación a los servicios prestados por los diferentes emprendimientos. Las encuestas se realizaron en la ciudad de Otavalo. Previamente se efectuó un pre-test de 15 encuestas para detectar posibles desviaciones y errores. Se realizaron 90 encuestas a turistas nacionales y extranjeros. El trabajo de campo se desarrolló en el período comprendido entre mayo y junio del 2019. El instrumento de medida aplicado en ésta encuesta se basó en un cuestionario de 10 preguntas relacionadas con el perfil sociodemográfico del turista encuestado, la motivación de su viaje, actividades que realiza, duración del viaje, el gasto y medio por el cual selecciona sus lugares de visita.

RESULTADOS

OFERTA

Los principales datos obtenidos de la observación de campo se recogen en la Tabla 1.

Tabla 1. Ficha de observación

Nombre del emprendimiento	Propietario	Características generales	Problemática
El Paraíso Escondido del Coraza	Margot Oña	Creado en el año 2000 Brinda hospedaje (Incluye desayuno) Camping Caminatas al lago San Pablo, Cuicocha, Cascada de Peguche.	Falta de señalética turística. Desconocimiento en temas de turismo. No cuentan con alumbrado público. Falta de apoyo por parte de autoridades parroquiales

El Duende del Arte	Pedro Villamar	Artista Galería de pinturas Autor del escudo de la Parroquia San Rafael	Falta de señalética turística Falta de recursos económico. Falta de apoyo por parte de autoridades Apatía por parte de la población. Falta de publicidad
Cabañas Balcón del Lago	Efraín Salazar	Creado en el año 2014 Brinda hospedaje (incluye el desayuno) Poseen 6 cabañas de hospedaje Caminatas al Cuicocha	Falta de publicidad Falta de señalética turística Desconocimiento en temas de turismo Falta de apoyo por parte de autoridades.
Muelle de Cachiviro	José Peña	Poseen actividades acuáticas como Kayak, Paseo en lancha, columpios. Como su principal producto son las artesanías de totora y el mirador Kaimanta Ricuna	Falta de servicios higiénicos Falta de apoyo por parte de autoridades Problemas con escrituras. Falta de señalética turística. Falta de publicidad.
Cochapungo	Estela Aguilar	Paseos en lancha Gastronomía típica del lugar	Falta de señalética turística Falta de publicidad Falta de recursos económicos
Cocha Wasi	Francisco Criollo	Gastronomía típica del lugar Hospedaje	Falta de apoyo por parte de autoridades Falta de señalética Falta de capacitación Falta de publicidad

<p>Urku Wasi (La casa de la montaña)</p>	<p>Sebastián Caiza Tocagón</p>	<p>Cuenta con cabañas y habitaciones para 12 personas Edificaciones únicas en el sector y la región (Fango parva-domos de cañas de maíz) Actividades de agroturismo Senderismo Montañismo Avistamiento de aves Jardín con árboles nativos y endémicos Mirador Jatun Loma Parapente “El Gavilán” Ofrece cocina ecológica</p>	<p>Falta de publicidad Falta de señalética turística Falta de guías especializados Falta de seguridad Falta de apoyo por parte de autoridades</p>
<p>Totora Wasi</p>	<p>Marta Gonza</p>	<p>Oferta de artesanías por catálogo Artesanías vivenciales, el turista interactúa en el corte de la totora y elaboración de artesanías Oferta de productos originales e innovadores Diseños y elaboración de artesanías bajo pedido</p>	<p>Falta de información en páginas web Falta de publicidad Horarios de atención disfuncionales</p>
<p>Curi Cocha</p>	<p>Rafael Méndez</p>	<p>Gastronomía típica del lugar Pesca deportiva Paseos en lancha</p>	<p>Falta de ingreso de turistas Falta de publicidad Falta de apoyo por parte de las autoridades Falta de capacitaciones en temas de turismo. Falta de señalética turística</p>

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Tabla 1, existen nueve emprendimientos que son: El Parador escondido del Coraza, El Duende del arte, Cabañas Balcón del Lago, Muelle de Cachiviro, Cochapungo, Cocha Wasi, Urku Wasi, Totora Wasi y Curi Cocha.

Se pudo identificar que cuatro emprendimientos dispone servicio de hospedaje, uno posee servicio de camping, con relación a las actividades turísticas dos emprendimientos ofrecen caminatas al lago San Pablo, Cuicocha, Cascada de Peguche, además dos emprendimientos realizan actividades acuáticas como paseos en lancha y pesca deportiva. La elaboración de artesanías en totora lo realizan dos emprendimientos, sobresale Totora Wasi quien fabrica artesanías por catálogo y se destaca por ofrecer al turista artesanías vivenciales, dispone de productos originales e innovadores. La gastronomía típica es elaborada por tres emprendimientos.

El emprendimiento que más servicios ofrece a sus clientes es Urku Wasi, debido a que desarrolla actividades de agroturismo, senderismo, montañismo, avistamiento de aves, parapente “El Gavilán”, sus instalaciones cuentan con un mirador denominado Jatun Loma y además oferta cocina ecológica.

El Duende del Arte es el único emprendimiento que oferta un servicio distinto a los demás, debido a que es una galería de arte, su propietario Pedro Villamar es el autor del escudo de la Parroquia de San Rafael.

Entre las problemáticas se encuentra la falta de señalización turística, falta de apoyo por parte de autoridades parroquiales, cantonales y provinciales, desconocimiento de los pobladores de las actividades turísticas que se ofertan en la zona, falta de publicidad, falta de capacitación en temas de turismo y escasa presencia de turistas.

EMPREDIMIENTOS

Los entrevistados Sra. Margoth Oña de El Paraíso Escondido del Coraza, Sr. Efraín Salazar de Cabañas Balcón del Lago, Sr. Pedro Villamar de Taller Duende del Arte, Sr. Sebastián Caiza de Hospedaje Urku Wasi y la Sr. Francisco Criollo de Cocha Wasi pertenecen a la misma organización denominada Asociación Coraza Ñan. Esta asociación abarca a la mayoría de los emprendimientos que ofrecen servicios turísticos dentro de la parroquia. Fue la primera asociación creada bajo un acuerdo ministerial, por lo que se puede garantizar a los turistas seguridad y calidad a la hora de ofrecer sus servicios.

Se pudo evidenciar que la mayoría de los emprendimientos turísticos que se encuentran en la parroquia San Rafael de la Laguna, tienen un corto tiempo de iniciación, en promedio llevan dos años ofreciendo al público sus servicios turísticos.

En relación a la pregunta sobre la temporada en la que reciben más visitas todos los entrevistados coinciden que los fines de semana y en feriados reciben más turistas que en días normales como son de lunes a viernes, además, respondieron

que los feriados que más tienen acogida son los feriados de Carnaval y Navidad.

Uno de los problemas que se encuentran es que ninguno de los emprendedores posee el suficiente conocimiento en cuanto a la administración turística, han existido familiares o amigos que les han dado la idea de emprender, pero, sin una buena gestión ellos tienen el temor de que en unos años sus emprendimientos desaparezcan.

Además, todos los entrevistados coinciden que entre uno de los principales problemas de los emprendimientos es la falta de apoyo por parte de autoridades parroquiales, municipales y provinciales. Es evidente que para crear empresas turísticas se necesita de ingresos económicos y más si es en beneficio de la localidad, la mayoría de emprendedores ha salido adelante con su idea gracias a sus propios recursos.

Así mismo la falta de señalética es otro de los problemas que señalan los emprendedores, se ha buscado ayuda, financiamiento pero no existe ninguna respuesta. Normalmente dicen los emprendedores, en épocas de elecciones los políticos les ofrecen y les aseguran brindar el apoyo para sus emprendimientos, pero pasa el tiempo y no se da cumplimiento a dichos ofrecimientos.

Como punto final e imprescindible se encuentra la falta de publicidad que afecta a todos los emprendimientos, la necesidad surge de la falta de ingresos para manejar un buen marketing, lo que ocasiona que estos negocios se queden estancados y no se logre dinamizar el turismo en la parroquia.

DEMANDA

POBLACIÓN

De acuerdo con la Tabla 2 se muestra que la mayoría de los pobladores encuestados de la parroquia San Rafael de la Laguna conoce el Muelle de Cachiviro debido a que es uno de los emprendimientos turísticos mejor consolidado y más difundido entre la población ya que muchos hacen uso de las actividades turísticas que este oferta. De igual manera, el Paraíso Escondido del Coraza, las Cabañas Balcón del Lago, Urku Wasi, Totorá Wasi y Cochapungo, son emprendimientos conocidos por más de la mitad de la población, pero aún hace falta trabajar en la difusión de los mismos a nivel parroquial, por otra parte el Taller Duende del Arte, Cocha Wasi y Curi Cocha son poco conocidos por los pobladores debido a que no están totalmente constituidos y no cuentan con una oferta diversificada que llame la atención de los moradores de la parroquia.

Tabla 2. Emprendimientos Conocidos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Muelle de Cachiviro	367	100%
Cabañas Balcón del Lago	214	58%
Taller Duende del Arte	122	33%
Urku Wasi	214	58%
Totora Wasi	184	50%
Cochapungo	275	75%
Cocha Wasi	122	33%
Curi Cocha	92	25%
El Paraíso Escondido del Coraza	214	58%

Fuente: Elaboración propia

En relación con las actividades turísticas que han realizado los pobladores un 10% ha realizado camping, otro 10% cabalgatas, un 19% caminatas, otro 10% pesca deportiva, un 48% paseos en lancha y por último un 5% kayak.

La mitad de la población coincide en que la oferta turística de su parroquia es buena sin embargo un cuarto de la población afirma que la oferta es regular (25%), tomando en cuenta estos porcentajes que son los más altos, se puede notar que la población está consciente de que hace falta trabajar en varios aspectos que engloban a los emprendimientos turísticos para que éstos sean considerados como excelentes tanto para la población como para los turistas que decidan hacer uso de los mismos.

La mayoría de la población (92%) ve en la actividad turística algún tipo de beneficio, debido a que con el ingreso de turistas tienen la oportunidad de comercializar sus productos como víveres en las tiendas cercanas a los emprendimientos o a su vez vender sus artesanías y la producción de los cultivos de frutillas a los que se han dedicado. También se ven beneficiados por la existencia de emprendimientos turísticos que los hacen partícipes para la atención o guianza de turistas en la localidad.

El 67% de la población encuestada coincide en que la actividad turística sí contribuye al desarrollo de su parroquia, esto muestra que la población poco a poco va tomando consciencia de que se pueden desarrollar económicamente gracias al turismo, por ende, se necesita que exista el apoyo ya sea público, privado o comunita-

rio para desarrollar más ideas de emprendimientos o a su vez mejorar la calidad de los emprendimientos existentes.

En relación a las problemáticas que están afectando al desarrollo del turismo comunitario en la parroquia los pobladores responden con un 28% al escaso apoyo de autoridades, 24% falta de publicidad, 10% apatía por parte de la población, 21% falta de unión por parte de la población y un 17% escasa oferta diversificada.

El 92% de la población manifiesta que hacen falta estrategias de dinamización turística para su parroquia. Las estrategias deben ir enfocadas tanto a la publicidad (34%) como al trabajo en conjunto de autoridades y emprendedores (47%) puesto que son aspectos clave para que los emprendimientos turísticos se desarrollen con el tiempo.

TURISTAS

Mediante el perfil sociodemográfico, se pudo evidenciar que el 63% de personas encuestadas son nacionales; y el 37% son extranjeros.

A través del estudio de la valoración de los recursos turísticos de la zona, infraestructura hotelera, motivo del viaje y gasto se obtuvieron los siguientes resultados:

El principal motivo de viaje ha sido por vacaciones con un 46% esta información corresponde a que sus viajes lo realizan en feriados o en vacaciones escolares.

El 72% de los encuestados realizan sus viajes en transporte privado, mientras que

el 26% lo realizan en transporte público, seguido de 2% en bicicleta y motocicleta respectivamente.

Los encuestados se encuentran interesados en conocer los atractivos que posee la Parroquia de San Rafael de la Laguna: un 33% desean conocer los atractivos naturales, seguido de un 24% que tiene interés por conocer la gastronomía, actividades turísticas y festividades de la comunidad, y por último un 8% se encuentran interesados en los atractivos culturales.

La estancia promedio de las personas encuestadas es de 2 a 3 días, seguido de un 30% que prefieren quedarse de 1-2 días, esta información es valiosa ya que permitirá crear nuevos productos turísticos adaptados a las necesidades de los turistas. Las personas encuestadas prefieren pernoctar en un 47% en la casa de algún familiar, esto se debe a que algunos turistas desean reducir costos al momento de realizar algún viaje. Pero la encuesta también refleja que un 30% de turistas están interesados en alojarse en hosterías permitiendo la dinamización de la zona.

El 41% de las personas encuestadas se encuentran dispuestas a pagar por un paquete turístico entre \$40 a 60 diario, el mismo que cubrirá los costos de alimentación y hospedaje, seguido del 38% que prefieren pagar entre \$25 a 35.

Los medios de comunicación más utilizados para obtener información sobre los sitios turísticos son las 14% redes sociales, 5% radio, 5% televisión, 23% internet, 0% vallas publicitarias, 0% trípticos o fo-

lletos publicitarios y 27% mediante amistades o familiares.

CONCLUSIONES

La parroquia de San Rafael de la Laguna posee atractivos turísticos naturales y culturales que llaman la atención de un grupo de turistas nacionales y extranjeros, quienes atraídos por la belleza excepcional visitan este sector del Cantón Otavalo, motivados por la riqueza en manifestaciones culturales participan de manera vivencial en las actividades que ofrecen los nueve emprendimientos turísticos comunitarios que se han identificado en la parroquia.

Según datos del Ministerio de Turismo, en la zona 1 correspondiente a las provincias de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbios, no se encuentran registrados Centros de Turismo Comunitario CTC, es decir, las actividades que se ofertan en el sector de San Rafael como turismo comunitario son más bien emprendimientos comunitarios, es por tal motivo que no existe promoción de esta modalidad de turismo por parte de este organismo de control, y debido a esta falta de apoyo promocional no hay una demanda de turistas considerable.

La normativa vigente en cuanto a turismo comunitario se encuentra desactualizada debido a que se exigen documentos que no pueden ser tramitados y por este motivo las actividades comunitarias no pueden ser legalmente habilitadas por el organismo de control como el MINTUR.

El producto turístico no puede ser ofertado debido a que carece de varios aspectos fundamentales como son señalización, accesibilidad, seguridad, servicios básicos, etc. Aspectos que son responsabilidad de los gobiernos locales como junta parroquial, GAD cantonal y provincial, quienes no se han comprometido con el desarrollo de esta parroquia.

El desarrollo económico de este sector es limitado es por este motivo que un grupo de emprendedores le han apostado a la actividad turística como una alternativa de mejoramiento de la calidad de vida, concededores que el turismo es una fuente que mueve grandes cantidades de dinero y es un eje dinamizador de desarrollo económico, que aprovechado adecuadamente puede mejorar la economía de un pueblo, pero que es una inversión a largo plazo, y eso es lo que las comunidades deben comprender.

Se ha evidenciado que es necesario implementar un plan de capacitación que ayude a los emprendedores a un manejo turístico encaminado a ofertar calidad, pero también que se motive a generar un modelo de gestión para que se pueda administrar adecuadamente los recursos de la parroquia y fomentar un desarrollo turístico responsable, beneficiando a todo el sector rural de la zona.

BIBLIOGRAFÍA

- Cevallos, M. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia San Rafael de la Laguna. Disponible en: <http://www.sanrafaeldelalaguna.gob.ec/pdot.pdf>
- Escalera, J., & Ruiz E. (1). (2011) Resiliencia Socioecológica: aportaciones y retos desde la Antropología. *Revista De Antropología Social*, 20, 109-135. https://doi.org/10.5209/rev_RASO.2011.v20.36264
- Guzmán, T., & Borges, O., & Castillo, A. (2011). Desarrollo económico local y turismo comunitario en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XVII(3), undefined-undefined. [fecha de Consulta 2 de Octubre de 2019]. ISSN: 1315-9518. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=280/28022767005>
- Guzmán, T. J. L. G., & Cañizares, S. M. S. (2009). Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en el Salvador1. *REVESCO: revista de estudios cooperativos*, (99), 89.
- Hiwasaki, L. Community-based tourism: A pathway to sustainability for Japan's protected areas. *Society and Natural Resources*, vol. 19 (8), 2006, p. 675-692.
- [MINTUR], M. d. (2013). PLANDETUR 2020. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Rodas, M., Donoso, N. U., & Sanmartín, I. (2015). El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura. *Turismo, Desarrollo y buen vivir. Revista de Investigación de la Ciencia Turística-RI-CIT*, (9), 60-77.
- Roux, F. (2013). Turismo comunitario ecuatoriano, conservación ambiental y defensa de los territorios. Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPT-CE). Ecuador. Quito
- Ruiz, H. C. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. Obtenido de: http://www.pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308_2.pdf?origin=publ



EL DESARROLLO LOCAL ENDÓGENO COMO RETO PARA IMPULSAR EL TURISMO RURAL EN ECUADOR “CASO DE ESTUDIO COMUNIDAD SHUAR NAPURAK EN LA AMAZONÍA ECUATORIANA”

Ana Patricia Armijos Maurad
Alexandra del Rosario Moncayo
Vega
Franz Pucha-Cofrep
Universidad Técnica Particular de
Loja

INTRODUCCIÓN

Uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) planteados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) manifiesta “poner fin a la pobreza en todas sus formas en el mundo”, refiriéndose con esto, a la necesidad de reducir la pobreza en los países pobres y en proceso de desarrollo, acotando además que: “la pobreza es un problema de derechos humanos” (ONU, 2015). Ello implica, la necesidad de fortalecer el derecho a la participación y organización social, basados en propuestas sostenibles y coherentes, en conjunto con las potencias culturales y naturales que poseen los países latinoamericanos, todo ello con el fin de establecer fuerzas económicas productivas que incrementen el desarrollo financiero de sus comunidades.

El turismo rural es una alternativa para estas comunidades, con énfasis en el desarrollo de los sectores rurales, en un entorno donde lo cultural y natural son la médula de su actividad.

Actividad que poco a poco va perdiendo peso en relación a la renta que pueden obtener de ella, gestándose de esta manera la oportunidad de a través de esta actividad surja una actividad “complementaria” Sarasa (2000), expone que año a año crece el número de familias que han sabido con-

vertir esta actividad, incluida la casa, en un instrumento capaz de obtener rentas complementarias en una actividad terciaria o de servicios denominada turismo, que por ejercerla en este medio se le denomina rural.

Rentas que se incrementan siendo significativas y por tanto nuevas familias se van adhiriendo a esta actividad, por ello la cataloga como complementaria más que una alternativa.

En este sentido, es preciso definir los ámbitos de espacio rural y turismo.

El espacio rural, considerado por La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura-FAO (2019), como un territorio que deberá cumplir con ciertos elementos que para gozar de esta connotación deberá disponer de una superficie adecuada, tener una población menor a 2000 habitantes, estar alejados de centros urbanos, disponer de territorios destinados para el cultivo, bosques, etc.

Al caracterizar la FAO al espacio rural, al territorio que debe reunir ciertas condiciones, esta también califica a sus pobladores como grupos cohesionados por sus tradiciones y costumbres, cuyas actividades económicas están vinculadas al sector primario y en ciertos casos desprovistos de servicios básicos, disponiendo de características significativas que los diferencia del otro, es decir del sector urbano.

A su vez, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe-CEPAL, concibe al territorio como un espacio en donde confluyen varios elementos.

El territorio es el punto de encuentro y elemento integrador de todas las dimensiones del desarrollo sostenible y marca una diferencia que permite desagregar, identificar patrones de distribución, reconocer situaciones de inequidad, diferenciar y ajustar las soluciones a un mismo problema en contextos geográficos distintos (CEPAL, 2018).

Entonces es el espacio que integra el accionar del hombre en los ámbitos económico, social, político, cultural y ambiental, en un lugar determinado, presentando de esta manera una radiografía de su estado, lo que permitirá la toma de decisiones de acuerdo a sus problemas y necesidades.

Para la Organización Mundial de Turismo-OMT (2019), el turismo corresponde a aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en lugares en donde no es habitual que se encuentren, con el objetivo de recrearse, por negocios, salud u otros motivos, en períodos inferiores a un año.

Por tanto, es necesario el desplazamiento, la existencia de la motivación por aspectos de carácter diferente a los que realizan habitualmente, con la condicionante de que sea menor a un año.

Para Walter Hunziker y Kart Krapf (1942), turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas.

Este autor, adiciona el término “conjunto de relaciones”, entendiéndose a la interacción entre el residente y visitante, y la no existencia de actividades lucrativas.

Mientras que Crosby y Modera (1996), indica que el turismo se caracteriza por ser una actividad social y económica, que engloba a una gran variedad de sectores económicos y diferentes disciplinas, ello ha originado que cada disciplina emita su definición adherida a su desarrollo.

Por tanto, a esta actividad se agrega, el carácter social, vinculado al sector económico y por tanto a otras disciplinas, entendiéndose que el turismo es un eje transversal de muchas actividades, existiendo un fuerte vínculo entre ello y está siempre ligado a cada uno.

La Comisión de las Comunidades Europeas (1990), indica que Turismo rural abarca toda actividad turística endógena sostenida por lo humano y natural, definición que calza a este estudio.

Sin embargo, este término ha sido abordado desde diferentes ámbitos, tal es el caso del Instituto de Estudios Turísticos (1994) que establece al Turismo rural como una oferta de actividades recreativas, de alojamiento y servicios afines ubicados en el medio rural, dirigido a habitantes de ciudades que buscan vacaciones en el campo, para estar en contacto con la naturaleza y la gente del lugar.

Para Martínez. (2000). Turismo rural es una actividad turística que se desarrolla en el medio rural y áreas naturales, confor-

me al desarrollo sostenible, lo que implica permanencia y aprovechamiento óptimo de los recursos, unión de la población local, conservación y mejora del entorno.

Entonces, se entiende que el turismo rural se desarrolla en un espacio alejado de la ciudad, al cual las personas acuden en busca de experiencias distintas a las que podrían encontrar en centros urbanos, es decir tener contacto con la naturaleza y cultura propia del lugar, buscan un cambio de sus actividades cotidianas. Así, lo indica García (2005), turismo rural como una alternativa de adaptación a los cambios en las necesidades de los consumidores, que buscan la diferenciación de otros lugares de su propio entorno, de su la práctica cotidiana, buscando la autenticidad de actividades y lugares.

Con el fin de responder a estas necesidades en Ecuador, en sus diferentes espacios geográficos se ha establecido circuitos y rutas, aprovechando la riqueza biológica y cultural del territorio, al tener como oferta de recursos a: paisajes, clima, áreas naturales protegidas, áreas de recreación, senderos, circuitos, arqueología, mitos, espiritualidad, medicina tradicional, artesanías, grupos étnicos, flora y fauna; bajo el desarrollo de actividades caracterizadas por el respeto a lo natural y cultural.

Además de la existencia de emprendimientos comunitarios, ubicados en las diferentes regiones del país, desarrollados generalmente por grupos indígenas, campesinos u otros, que, a más de su actividad habitual en el campo, han emprendido en este tipo de turismo. Disponiendo al mo-

mento de más de 20 proyectos comunitarios, los que contemplan a más de 250 comunidades, cuya oferta está enfocada en los recursos naturales y culturales, con actividades experienciales propias de cada cultura, en algunos casos la comercialización lo hacen de manera directa y en su mayoría a través de la intermediación.

Esta actividad turística comunitaria tiene su resguardo, pues en la Constitución de la República del Ecuador, en sus artículos 56, 57, 58 y 59 del Capítulo IV, en donde se distingue y protege los derechos de pueblos, montubios, indígenas y afroecuatorianos como integrantes del estado ecuatoriano. Resguardo, al cuidar a quienes dan impulso a este tipo de turismo, pues son ellos los que ponen de manifiesto esta actividad. De allí la importancia de los presentes artículos:

Art. 56.- Las comunidades, pueblos, y nacionalidades indígenas, el pueblo afroecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible. (p. 41)

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, (p.41)

Art. 58.- Para fortalecer su identidad, cultura, tradiciones y derechos, se reconocen al pueblo afroecuatoriano los derechos colectivos establecidos en la Constitución, la ley y los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art. 59.- Se reconocen los derechos colectivos de los pueblos montubios para garantizar su proceso de desarrollo humano integral, sustentable y sostenible, las políticas y estrategias para su progreso y sus formas de administración asociativa, a partir del conocimiento de su realidad y el respeto a su cultura, identidad y visión propia, de acuerdo con la ley (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 41 y 44).

Para completar la salvaguardia a la actividad turística rural, en la Ley de Turismo, en el artículo 3 expresa:

Como principios de la actividad turística, referente a la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia y afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en la ley y sus reglamentos (Ley de Turismo, 2014, p. 1).

Es menester indicar, como se mencionó anteriormente sobre la riqueza multicultural del Ecuador, al poseer catorce nacionalidades y dieciocho pueblos indígenas, distribuidos en las regiones costa, sierra y oriente del país, los cuales están ubicados de la siguiente manera: en la sierra una nacionalidad y trece pueblos indígenas, en la costa cuatro nacionalidades y dos pueblos indígenas y en el oriente nueve nacionalidades y tres pueblos indígenas.

Es importante diferenciar entre pueblo y nacionalidad indígena, de acuerdo al Mapa de Nacionalidades y Pueblos Indígenas-INEC (2010). Nacionalidad es un conjunto de pueblos constituidos antes del Estado ecuatoriano que tienen una identidad histórica, idioma, y cultura común, viven en un territorio específico mediante sus instituciones y formas tradicionales de organización social, económica, jurídica, política y ejercicio de autoridad. Mientras que Pueblo se refiere a comunidades o centros con identidades culturales, que se diferencian de otras culturas de la sociedad ecuatoriana, regidos por sistemas propios en cuanto a su organización económica, política y legal.

Bajo este escenario legal y multiétnico, se desarrolla la operatividad turística ofertada desde grupos de personas que viven en sectores rurales, los cuales están constituidos por pueblos y nacionalidades indígenas, campesinos, montubios, afroecuatorianos, siendo ellos los artífices de estas modalidades de turismo relacionados con la naturaleza: aventura, naturaleza y agroturismo; y con su cultura, vestigios arqueológicos, gastronomía y sus artesanías, las cuales constituyen actividades propias de su diario vivir.

Para el caso de Napurak, por su localización, se convierte en una zona privilegiada, al contar con las condiciones necesarias para el surgimiento en este tipo de turismo. Sin embargo, las visitas al lugar han sido valoradas desde el punto de vista académico, al convertirse en sus primeros visitantes estudiantes de la Universidad Técnica Particular de Loja-UTPL de

las carreras de gestión ambiental, turismo, gastronomía, arte y diseño, biología y arquitectura; quienes valoraron sus recursos y servicios, ello conllevó al ensayo de la oferta de servicios, valoración de su cultura y mejora de convivencia en la comunidad.

Es necesario indicar las condiciones socio económicas de la comunidad de Napurak, para ello lo abordaremos a nivel de país, provincial, cantonal y posteriormente comunitaria.

Ecuador, ubicado en Sudamérica posee una extensión de 256.370 km², a pesar de ser un país relativamente pequeño en extensión posee gran variedad de recursos naturales y culturales que lo califican como un país mega diverso y con mayor tasa de endemismo (Burneo, 2009). El país posee catorce nacionalidades y dieciocho pueblos indígenas (Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador-CODENPE, 2001), los cuales constituyen el 7% de la población ecuatoriana. Sus regiones naturales son: Costa o Litoral, Sierra o Andes, Amazonía u Oriente y Galápagos o Insular, integradas por un total de 24 provincias.

Zamora Chinchipe es una provincia de la región amazónica, cuenta con una extensión de 10.556 Km² que equivalen al 4.4% de la superficie total del país, además la conforman nueve cantones. La proyección de su población según el censo al 2019 del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) es de 51.732 habitantes, valor comparado con 37.493 habitantes del censo 2010, representa un incremento de

población del 38% en los últimos 9 años. Del total de la población de la provincia, el 39.58 % se encuentra en el área urbana y el 60.42% en el sector rural; el 51.9% son hombres y 48.1% son mujeres; se destaca la presencia de la nacionalidad indígena: los Shuar y un pueblo indígena, los Saraguro, cada uno con su propio idioma y costumbres, que en conjunto constituyen el 12.2 % de la población.

A pesar de su riqueza cultural, el 24.12% de la población está en situación de pobreza y el 8.97% en pobreza extrema, en este sentido el nivel de desigualdad según el Índice de Gini es del 0.47, siendo esta desigualdad mayor en el área rural (Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo-ENEMDU-INEC, Julio 2019). Otro indicador de pobreza es el Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), calculado a partir del Censo de Población y Vivienda del Ecuador, según el cual, el nivel de pobreza por ingresos de la población a nivel nacional asciende al 60.1%, y particularmente en la provincia de Zamora Chinchipe es del 73.8%.

Bajo este contexto, surge la motivación de investigar e intervenir en los ámbitos socio económico en la provincia de Zamora Chinchipe, a fin de generar iniciativas de desarrollo enfocadas al fortalecimiento y revitalización del patrimonio cultural y valoración de lo natural, propiciando así su progreso con propuestas que emerjan desde la comunidad como una necesidad propia de mejorar su calidad vida.

La región amazónica es una zona de mayor biodiversidad, contiene el 10% de las

especies de plantas que existen en el planeta y el 18% de las especies de aves, de allí el interés de grupos de investigación y conservación en intervenir en el territorio a través de diferentes actividades, el sector de La Paz no es la excepción, pues al albergar una alta biodiversidad biológica; biólogos, gestores ambientales de la UTPL han emprendido acciones desde hace diez años con las comunidades que habitan en este territorio, cuyo objetivo ha sido la investigación científica y por ende la conservación enfocados en mantener la integridad sistémica.

Estas acciones han abierto las puertas para posibilitar la intervención de un grupo multidisciplinario de la UTPL en el ámbito turístico.

El principal indicio que motivó el realizar este trabajo en la comunidad de Napurak, fue su capacidad organizativa y disponibilidad para trabajar articuladamente.

Napurak, ubicada en la parroquia La Paz, cantón Yacuambi de la provincia de Zamora Chinchipe, tiene 160 habitantes entre adultos, jóvenes y niños. El 95% de la población pertenece a la etnia Shuar, el restante 5% está conformado por mestizos y personas de la etnia Saraguro. Su principal actividad económica es la agricultura y ganadería. Tiene un alto nivel de pobreza, según el índice NBI en 2010 asciende al 86.1% (INEC, 2010). Aunque estos indicadores económicos reflejan una baja calidad de vida de la población, no los identifica como carentes en riqueza cultural, al contrario, poseen un amplio patrimonio cultural manifestado en la

práctica de tradiciones ancestrales, sumado a una gran riqueza natural representada por el recurso hídrico con formación predominante del Bosque Nativo: “Esta cobertura alberga los ecosistemas: Bosque siempreverde montano alto del Sur de la Cordillera Oriental de los Andes, Bosque siempreverde montano del Sur de la Cordillera Oriental de los Andes, Bosque siempreverde montano de las cordilleras del Cóndor-Kutucú, Bosque siempreverde montano sobre mesetas de arenisca de la cordillera del Cóndor, y Bosque siempreverde piemontano del Sur de la Cordillera Oriental de los Andes” (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015 p. 37), como escenario de sus actividades culturales manifestado en su cosmovisión shuar.

En este estudio se identifica que pese a la capacidad organizativa y de emprendimiento que existen en la comunidad, aún no se han logrado consolidar con éxito los proyectos productivos que han implementado, esto debido a su falta de capacidad administrativa la cual evidencia en su bajo nivel educativo (10% de la población de la parroquia la Paz no tiene ningún nivel de formación), limitándolos a mantenerse de actividades agrícolas y ganaderas de subsistencia, sin embargo, como se acotó anteriormente, por su ubicación Napurak cuenta con gran potencial cultural y natural, que ha procurado su crecimiento en función a los elementos naturales que posee, río Yacuambi y quebrada (barranca) Napurak (Fig.1).



Figura 1. Napurak – crecimiento longitudinal de la comunidad

Fuente: Santiago León

¡En el proceso de intervención se localizan algunos espacios naturales con gran potencial para la comunidad, como el río Yacuambi, la quebrada Napurak, áreas de bosque protector, tarabitas (medios

de transporte para cruce del río), así como un árbol de valor representativo (cerca de 100 años), donde la comunidad realiza sus rituales de limpieza de energía (Fig. 2).



Figura 2. Rituales a la orilla del Río Napurak

Fuente: Los autores

Sin duda, el valor simbólico cultural y natural que los pobladores otorgan a su entorno por ser parte de su cotidianidad deben ser considerados, pues son la base del diseño participativo para la elaboración de un proyecto integral de turismo, que conducirá a corto, mediano y largo plazo a entrelazar actividades económico productivas bajo un desarrollo barrial desde lo físico espacial.

Por lo anterior, se reflexiona sobre el fuerte simbolismo que significa para la comunidad sus elementos naturales, el

profundo arraigo por su territorio, pues durante la convivencia, se evidenció la necesidad sentida de revalorar y proteger su paisaje como sostén de su identidad y sustento en el tiempo, marcando así, la línea base para el desarrollo de la actividad turística.

Por tanto, la actividad turística enfocada en la sostenibilidad, es para la comunidad una alternativa de mejora de su nivel de vida, en la que la conciencia de la comunidad, como indica (Boissevain, 2005) un turismo controlado puede promover

el autoconocimiento, el orgullo, la autoconfianza y la solidaridad entre los locales. Los anfitriones se dan cuenta de sus diferencias con los visitantes, y de la especificidad de su propia cultura, descubren nuevas dimensiones de su identidad. Lo que estimuló la reflexión sobre su propia cultura ayudó a la preservación de artesanías, gastronomía y rituales en peligro de desaparecer, caso contrario se perdería la memoria de sus antepasados.

Por lo anterior, los objetivos fundamentales del presente trabajo, consiste en contribuir al desarrollo endógeno de la comunidad de Napurak, para lograrlo se cumplió con los siguientes objetivos específicos: 1) Valorar los recursos naturales y culturales enfocándolos a la actividad turística; 2) Identificar zonas para actividades de aviturismo; 3) Determinar necesidades de equipamientos y servicios arquitectónicos.

DESARROLLO

Es preciso recordar que, Ecuador es signatario de la Declaración del Milenio (PNUD, 2000), en ésta, 172 países se comprometen a trabajar con y para los pueblos indígenas – campesinos con el objetivo de fortalecer la gobernabilidad, reducir la pobreza y lograr una gestión sostenible del medio ambiente.

Para cumplir este objetivo, nos fundamentamos en conceptos, posiciones teóricas y reflexiones que es preciso acotar, así: (Abarca, 2015: 1) señala que el “crecimiento económico consiste en el mayor aprovechamiento de los recursos

disponibles. No obstante, no existe crecimiento económico sostenible sin factores productivos desarrollados”. Factores que vayan enfocados en el manteniendo de la integridad de la naturaleza y del ser humano en miras de la mejora de su nivel de vida. Para (Riera, 2010), hablar de desarrollo suscita la idea diferencial entre “base” y “cumbre”, como despliegue del progreso humano desde el punto de vista materialista vinculándolo con la idea de producción, riqueza y crecimiento, manejando la idea de desarrollo, como una idea individualista del ser humano, que abarca un interés particular y lineal en sentido ascendente, enajenándonos y degradando una vez más el proceso de cambio socio-comunitario como *“cualidad superior del desarrollo social y núcleo de los reales procesos de desalienación y de emancipación humana, -hombres libres y productores iguales-”*(Riera, 2010:34).

Sin embargo, por lo general cuando se habla de desarrollo, es en referencia a una visión de crecimiento o incremento en algo, que no siempre aplica a todas las poblaciones, por tanto, surge el subdesarrollo como una categoría inferior al desarrollo.

Así, de acuerdo al indicador socio económico NBI, que refleja las carencias críticas en una población identificando su situación de pobreza socioeconómica, la cual es entendida por la insuficiencia de: vivienda, servicios sanitarios, educación básica e ingreso mínimo, se puede deducir que el desarrollo en poblaciones con las privaciones antes indicadas es mínimo y por tanto, es pobre o no, y su desarro-

llo es limitado, de esta forma se deduce que las definiciones de desarrollo y subdesarrollo dependerán del contexto geográfico, cultural, social, económico y ambiental de una población. Para el caso de Napurak por su cosmovisión no aplican todas las carencias antes indicadas como signos de pobreza, por ejemplo: para la comunidad es natural el compartir una sola habitación para toda la familia y realizar sus actividades cotidianas en un solo espacio, conviviendo en armonía.

Cabe indicar que el desarrollo social, no es solamente un proceso de avance hacia lo superior, está ligado a cambios mentales y sociales, al modo de interacción, desenvolvimiento y aporte de los miembros de una comunidad, cuya base es la participación y la cooperación activa. Aquello se suscita en un tiempo y en un espacio garantizando su supervivencia, a fin de trascender como ejemplo de cohesión social, en donde la inclusión, la igualdad y pertenencia son los ejes principales que rigen el Estado de Bienestar (CEPAL, 2007). En Ecuador, como se indicó anteriormente, existen reglamentos, normativas y ordenanzas a nivel nacional y local respectivamente, que impulsan iniciativas de turismo comunitario, favorecen el establecimiento, gestión y dotación de recursos, infraestructura y servicios básicos que fomentan su sostenibilidad en el tiempo.

Por lo anterior, para (Freyre, 2010), el desarrollo comunitario es el despliegue del vínculo de simetría social, manifestado en sus procesos de cooperación, participación y proyecto comunitario, por tanto se

considera que, la participación comunitaria es la base del *desarrollo endógeno*, como modelo social que significa progreso desde adentro, en donde las comunidades generan sus propias propuestas, es decir, el liderazgo nace en la comunidad, y las decisiones parten desde adentro de la comunidad misma.

Para Romero, (2002) “el desarrollo endógeno es un proceso de crecimiento económico y cambio estructural que conduce a una mejora del nivel de vida de la población de la localidad y en la que se puede identificar, al menos, tres dimensiones”: la económica, la sociocultural y la política administrativa.

En un ámbito local los ejes de desarrollo endógeno, son acciones producto de la comunión de los integrantes de una comunidad, por ello sus esfuerzos van enfocados en su mayoría a procesos de capacitación orientados a la autogestión, autodesarrollo personal y de la comunidad.

Para la (UNESCO, 1995), mediante la participación es viable la satisfacción de las necesidades genuinas de la comunidad como el acceso al trabajo, la provisión de servicios básicos, la protección del ambiente y el arraigo de la comunidad a su territorio.

Cabe recordar que, la participación comunitaria es el vínculo del trabajo comunitario, que nace en la MINGA o MINKA, para (Chancosa, 2010), es la expresión máxima de la vecindad, autoayuda y solidaridad manifestada espe-

cialmente en las comunidades andinas, pues a más de la ayuda material, está el apoyo en mano de obra y el refuerzo del vínculo comunitario y afectivo de logros en común.

Para la Red de Escolapios (2019), que analiza el pensamiento de Paulo Freire, indica que la conciencia crítica se basa en el discernimiento de la cosa misma, cuestionando el hecho de llegar a la comprensión de la realidad, preocupándose por el análisis de los problemas, juicios, motivos, responsabilidad social y la transformación de la realidad.

“Cuando más me asumo como estoy siendo y percibo la o las razones de ser, del porque estoy siendo así, más capaz me vuelvo de cambiar”(Paulo Freire, 2019)

Por tanto, el despertar de la conciencia crítica como motor transformador de su realidad, fortalece la participación comunitaria generando una conexión entre comunidad y el personal de investigación o asesores técnicos, gestándose una doble vía de formación, por una parte, los técnicos aportan con información técnica, normativas, actividades de gestión direccionadas a las necesidades, resolución de problemas y aspiraciones de la comunidad, y por otra la comunidad, suscita un grado de conciencia de lo que son, tienen y pueden hacer bajo una vía de entendimiento de las dos partes.

Bajo estas premisas teóricas, el presente trabajo de investigación, tiene carácter descriptivo, aplicado en un caso de estudio, se basa en la metodología de desarrollo comunitario y el despertar de la

conciencia crítica desde el interior de la comunidad como estrategia de intervención.

METODOLOGÍA

El paradigma y enfoque metodológico, se inscribe en el aspecto socio crítico del desarrollo comunitario, para ello, se aplicó una estrategia de intervención que potencie la participación comunitaria en forma incluyente, a partir de una metodología que inserte al sujeto como principal actor de transformación de su realidad actual.

En el proceso de intervención, se trabajó con un enfoque metodológico mixto: cuantitativo a través de una encuesta con muestra intencional a la población.

En lo cualitativo, a través de entrevistas a líderes comunitarios, talleres comunitarios, y otras técnicas de carácter cualitativo, tanto para lo arquitectónico y ambiental.

Esto, bajo los ámbitos socio cultural, ambiental y arquitectónico, los cuales guiaron el desarrollo de la metodología empleada.

Para el aspecto *socio cultural*, se trabajó con un enfoque metodológico mixto, de integración cuantitativa, con la aplicación de una encuesta de muestra intencional a la población, distribuida en tres secciones: perfil del integrante de la comunidad, ámbito socio económico e interés de participar en actividades turísticas.

En lo cualitativo: se realizaron reuniones de intercambio inicial, diagnóstico y pre diagnóstico comunitario a partir de la observación participante, reuniones con diferentes grupos sociales (comunidad, representantes comunitarios, gobierno local, ONG's), entrevistas, capacitaciones, talleres como método activo de formación (líderes comunitarios, adultos, jóvenes, niños de la escuela).

Los métodos empleados son el analítico y sintético, mediante el análisis y síntesis de información bibliográfica de documentos referentes a datos del sector y población y datos de campo recopilados con las técnicas de las encuestas, entrevistas aplicadas a la población.

Además, el método empírico a través de la observación sistemática del comportamiento y reacciones de la comunidad frente a la toma de decisiones, conjuntamente con la aplicación del método de observación directa de los actores participantes como reacciones frente a diferentes situaciones planteadas desde los técnicos.

Los materiales utilizados fueron: bibliografía especializada, copias, computador, impresora, planos, cámara fotográfica, marcadores, resaltadores, proyector, videos.

En lo *ambiental*, se realizó trabajo in situ, con la metodología de transectos lineales, además de la observación directa, a fin de identificar el grado de densidad de poblaciones vegetales y animales, que corroboró y verificó su estado actual en

lo físico espacial de los factores bióticos y abióticos (recorridos, identificación de elementos naturales e hídricos), estos datos se obtuvieron a partir de gráficos, fotografías y planos (información documental), identificando zonas para el aviturismo.

Los materiales empleados fueron, cámara fotográfica, GPs, computador.

En lo *arquitectónico*, se trabaja en lo físico espacial urbano arquitectónico, empleando la técnica metodológico y proyectual mediante el análisis de planos, condicionantes del lugar y cualidades del contexto, se obtiene información físico espacial de la comunidad, se realiza un exhaustivo análisis y diagnóstico del sitio con apoyo de la matriz FODA, gráficos, cortes, fotografías, recorridos guiados, además de talleres comunitarios para determinar la problemática del sitio con una mirada real de varios grupos focales.

De esta manera, la metodología de desarrollo comunitario aplicada, se considera como un proceso cognitivo de diseño de propuestas y enfoques técnicos desde lo turístico, ambiental y arquitectónico, a través de varios métodos y técnicas con énfasis en los procesos de fortalecimiento de la cultura (Fig. 3).



Figura 3. Organigrama de la metodología de desarrollo comunitario.

Fuente y elaboración: Los autores

Supone referirse, por tanto, a un modo de proceder que busca el cambio de la comunidad a través de la participación transformadora, convirtiéndose en criterio rector de la actuación concreta de las técnicas y actividades desarrolladas.

RESULTADOS

Como resultados de este proceso se ha identificado tres momentos, uno en la comunidad y dos en el ámbito investigativo.

Cinco años después de culminar la intervención, con el antecedente de que el equipo de biólogos, gestores ambientales, trabajaron antes con ellos, se identifica resultados de largo plazo que evidencia las acciones de la comunidad, mientras que, a corto y mediano plazo, durante y después de la intervención se obtuvieron datos en el ámbito investigativo.

A continuación, se indicará los resultados cronológicamente por momentos:

En lo socio cultural, en lo *investigativo* como alcance de *corto plazo* se dispone de: la identificación del perfil de la población, quienes en su mayoría son de género femenino, en su constitución familiar más del 50% son superiores a cinco hijos, cuya composición es familias de siete miembros, las actividades a las que se dedican en su mayoría son la agricultura y ganadería, siendo la agricultura el aporte económico de las familias de la comunidad, el 59% solo han llegado al nivel escolar, en el ámbito político administrativo en la comunidad, el hombre es asignado tácitamente a esta actividad y el 95% están de acuerdo en participar en actividades turísticas.

Se identificó productos gastronómicos que por su estacionalidad y producción es factible ofertarlos al visitante, los platos más representativos son el ayampaco, caldo de coroncho, chicha de yuca, chicha de chonta.

De igual manera están las danzas, costumbres, tradiciones como un proceso de revaloración y conservación de valores culturales, entre los más representativo están; el saludo shuar, danza de bienvenida, danza de la chonta, permiso para ingresar a las cascadas, elaboración de artesanías.

Se determinan sus malestares, contradicciones y también sus aspiraciones, ilusiones y esperanza, a partir de un vídeo sobre trabajo comunitario, talleres de gestión, liderazgo, turismo comunitario, gastronomía, valores culturales, etc. Lo que permite a la comunidad reflexionar sobre la necesidad de permanecer unidos, trabajar en equipo, con compromiso de participación y colaboración.

En el ámbito natural se identificó áreas para el aviturismo por su alta densidad de aves endémicas y migratorias (Fig.4).



Figura 4. Zonas para aviturismo
Fuente y elaboración:
 Los autores

Así como dos rutas de cascadas con diferentes niveles de dificultad: aptas para realizar actividades de escalada, paisajismo, trekking y balnearios (Fig.5).

vo, participación activa de la comunidad se diseña la estructura arquitectónica del módulo flexible.



Figura 5. Rutas de cascadas turísticas
Fuente y elaboración: Los autores

Como parte del diseño y construcción de estructuras arquitectónicas funcionales para uso comercial de productos de la comunidad, parada de buses y bar para la escuela u otra función que considere la comunidad, mediante trabajo colaborati-

A *mediano plazo*, en lo arquitectónico se realiza la segunda etapa del diseño y construcción del módulo flexible, para lograr este objetivo se proponen alternativas de diseño y construcción bajo principios de reúso, reciclaje y uso responsable de los recursos naturales con los que las comunidades cuentan (madera de pituka y chonta), sumado al esfuerzo colaborativo, e integrado entre comunidad y academia, lo que motivó a los vecinos de la comunidad a trabajar colaborativamente con el

personal de la UTPL y con instituciones públicas como la Prefectura de Zamora, Junta parroquial y directiva barrial (Fig.6).

ambientales para cultivo y obtención de la donación de plantas por parte del Ministerio de Agricultura y Ganadería- MAGAP.



Figura 6. Módulo flexible
Fuente y elaboración: Los autores

Como resultados de *largo plazo, en la comunidad*, se lo mide a través de tres indicadores: *Mejora de facilidades e instalaciones de destino*: al gestionar la comunidad con el Gobierno Autónomo Descentralizado-GAD de Yacuambi la construcción del sistema de alcantarillado sanitario, áreas deportivas de usos múltiples, capacitación en servicios

Esto a través de la organización social, donde se hace evidente la minga, como la puesta en acción del vínculo comunitario, por tanto, la activación del trabajo comunitario e integración de sus miembros.

Otro indicador es la *revitalización y conservación de valores culturales*, ello se ha logrado con la creación de un grupo de danza de jóvenes en el que ponen de manifiesto su cultura. De igual manera está la *autogestión* mediante acciones de sus líderes comu-

nitarios con el gobierno local, academia, ONGs, medios de comunicación; con el objeto de realizar convenios, capacitaciones, donaciones. Así, se evidencia el desarrollo de capacidades de liderazgo, generación espontánea de ideas en pro del mejoramiento por parte de todos los miembros de la comunidad, mediante la libre expresión y la participación de hombres y mujeres.

Por último, como tercer indicador, está el *incremento de tolerancia social* en la comprensión de la cultura de shuaras, saraguros, mestizos y visitantes. Con el grupo Saraguro, son muy diferentes en su cosmovisión, sin embargo, comparten el mismo territorio y la convivencia de manera pacífica, con respeto y tolerancia por el otro.

Se identifica la conciencia crítica y reflexiva en los líderes, representantes y comunidad que fueron partícipes de este proceso, logran fortalecer el vínculo comunitario y se apropian de sus estrategias de mejoramiento, estableciendo por ellos mismos un plan de acción para motivar y concienciar al resto de vecinos y así promover la unión y compromiso comunitario en las tareas por ellos generadas bajo un proceso participativo.

De esta manera, se indica que la comunidad está en la construcción de su propio desarrollo, a través de la generación y propuesta de estrategias de progreso y producción al gobierno local, organismos nacionales, ONGs con el fin de mejorar económica, social y culturalmente la comunidad, bajo la revaloración de los recursos culturales y naturales, viviendo

en equilibrio con la naturaleza, presentando su cosmovisión de dualidad de hombre-naturaleza, en la que todos son partícipes de su presente y futuro en un espacio determinado bajo una propia organización e insertados en la local, provincial y nacional.

CONCLUSIONES

El desarrollo de esta investigación ha permitido obtener las siguientes conclusiones:

- La Participación Comunitaria es un derecho y un deber ciudadano, planteado en la Constitución actual del Ecuador y en el Plan de Desarrollo Toda una vida 2017, que debe ser incluida y fortalecida en todos los procesos sociales, colectivos en las diversas manifestaciones socioeconómicas, políticas y culturales del país.
- La participación comunitaria se puede plasmar como una estrategia de movilización social destinada a la recuperación de trabajo como una forma de incluir a los moradores en el proceso.
- La continuidad de las investigaciones ligadas a la acción y movilización social permiten obtener una base sólida en pro del bienestar y desarrollo sostenible de las comunidades menos favorecidas.
- Crear un ambiente de confianza y diálogo reflexivo fue esencial, así se logró romper varios obstáculos como el silencio, sentir menosprecio, temor a hablar y a equivocarse, ante los técnicos. Esto se logró con constancia, aplicando la asertividad, generando un clima de cooperación, camaradería, confianza y sobre todo motivación y

- empoderamiento.
- La valoración de la naturaleza a través del desarrollo de un producto natural debe ser útil desde dos perspectivas: por un lado, ha de demostrar efectivamente de los beneficios a los residentes; y por otra parte debe crear conciencia ambiental y fomentar, entre los entes gubernamentales y usuarios en general, la conservación de los recursos naturales y culturales existentes.
 - De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, la comunidad de San Miguel de Napurak es apta para desarrollar proyectos turísticos y posee las competencias necesarias para su crecimiento social, económico y cultural.
 - La estrategia de participación comunitaria en el diseño de un proyecto arquitectónico es clave en el proceso, puesto que facilita su concepción y realización a partir del sentir de los participantes, estableciendo patrones y pautas de diseño, reales, coherentes que nacen de las necesidades, aspiraciones y requerimientos de la población.
 - Entender su cosmovisión, aceptarla, valorarla, respetarla, fue preciso para no imponer el criterio técnico, sino que ellos fueran quienes identificaran sus necesidades y en función de ellas establezcan estrategias de mejoramiento de la comunidad, y de esta manera generen soluciones efectivas, propias al sitio, con equidad social, respeto al sujeto y su entorno natural.
 - Su cosmovisión, visión de futuro, el entendimiento a lo externo, a la actividad turística, determinó que se generaran decisiones en torno a lo vital para la comunidad, distinguiendo que previo a la activación de esta actividad, es necesario cuestiones básicas para la comunidad como el alcantarillado, capacitarse y adquirir recursos naturales para mejorar sus zonas de cultivo y reforestación. Que los jóvenes por iniciativa propia deseen mostrar a través de la danza su cultura, generándose así una conciencia colectiva del grupo, el fortalecimiento de su identidad y sentido de pertenencia.
 - Es importante tener presente que no todo territorio tiene vocación turística, y que no todo territorio está al momento de la intervención en condiciones de operar en la actividad turística, por ello es necesario el acercamiento a sus habitantes, a su territorio y comprenderlos en su conjunto y en su tiempo.

BIBLIOGRAFÍA

- Abarca, K. (2015). *América economía, Crecimiento, desarrollo económico y desarrollo humano: significados diferentes, fines complementarios*. Recuperado de <https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/crecimiento-desarrollo-economico-y-desarrollo-humano-significados-diferentes-fines>
- Agui, J. (2015). *Definiciones de turismo, Instituto de Estudios Turísticos*. España.
- Ander, E. (2000). *Metodología y práctica del desarrollo de la comunidad 2. El método del Desarrollo de la comunidad*. Colección Política, Servicios y Trabajo social. Buenos Aires: Humanitas.
- Ariagnis Camellón, D. O. (03 de 2009). *El autodesarrollo comunitario. Críticas a las mediaciones sociales recurrentes para la emancipación humana*. Retrieved 01 de 04 de 2011 from Contribuciones a las ciencias sociales: Recuperado de www.eumed.net/rev/cccss/03/cpog.htm
- Barrera, E. (2016). *Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*. Montevideo, Uruguay: OIT/Cinterfor.
- Burneo, S. (2009). *Por qué Ecuador es un país megadiverso*. Published in by letrasverdes. Recuperado de http://visit.ecuador.travel/orquideas/index.php?option=com_tz_portfolio&view=article&id=66%3Apor-que-ecuador-es-un-pais-megadiverso&catid=16&Itemid=110
- Casas, D. (2012). *El turismo comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: Potencialidades para su desarrollo en Cuzco, Perú*. Cuadernos de Turismo No. 30, 91-108.
- CEPAL (2007). *Cohesión social. Inclusión y sentido de pertenencia en América latina y el Caribe*. Naciones Unidas. Chile. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2834/S2006932_es.pdf
- Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador. (2001). *Listado de nacionalidades y pueblos indígenas del Ecuador*.
- Chancosa, B. (2010), *Heroínas*. Recuperado de <http://www.heroinas.net/2017/11/maria-blanca-chancoso-sanchez-indigena.html>
- Crosby, A. y Moreda, A. (1996). *Elementos básicos para un turismo sostenible en las áreas naturales*, Centro de Formación Ambiental y Turística, Madrid. Recuperado de https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=fjJLja7vG7kC&oi=fnd&pg=PA1&dq=definiciones+de+turismo&ots=PNULy5YBA-&sig=Awjq-fEw1_JGaS6aKvLfVyI2EBE#v=onepage&q=definiciones%20de%20turismo&f=false
- Espina, M. (2003). *Debates sobre estado, pobreza, participación y desarrollo. Ciclo de seminarios Fórum Social Brasileiro*, Belo Horizonte. Retrieved 2011 de 04 de 03 from <http://ebookbrowse.com/mayra-paula-espina-esp-pdf-d75761673>

- FEPTCE. (2007). *Manual de calidad para la gestión del Turismo comunitario en Ecuador*. Quito: FEPTCE.
- Freire, J. (2010). *La investigación como herramienta para el desarrollo comunitario*. Santa Clara - Cuba: Universidad Central Marta Abreu.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2019). *Proyección de la población*. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2019). *Estadísticas de la población*. Recuperado de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2019/Junio-2019/Boletin_tecnico_pobreza_y_desigualdad_junio_2019.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Datos del censo poblacional del Ecuador*. Recuperado de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/zamora_chinchipe.pdf
- Macías, R. (s.f.). *Metodología para el desarrollo comunitario*. Recuperado de www.cooperahabana.org/cdl/imagenes/4/4c/Metodologia_para_el_Desarrollo_Comunitario.pdf
- Maldonado, Mosquera y Lara (2018). *Etnohistoria de los pueblos y nacionalidades originarias de Ecuador*. Flacso. Ecuador
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura-FAO (2019). *Nueva definición de lo rural en América y el Caribe*. Santiago de Chile. Recuperado de <http://www.fao.org/3/ca5509es/ca5509es.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura-FAO (2019). *Nueva definición de lo rural en América y el Caribe*. Santiago de Chile. Recuperado de <http://www.fao.org/3/ca5509es/ca5509es.pdf>
- Percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo local. Caso San Pedro Tultepec, México. Turismo y sociedad
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015-2019. (2015). *Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Zamora Chinchipe*. Recuperado de http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1960000110001_PDOT%20ZAMORA%20CHINCHIPE%202014%202019_03-05-2016_14-40-07.pdf
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2010). *Pueblos indígenas*. Recuperado de https://www.undp.org/content/undp/es/home/ourwork/democratic-governance-and-peacebuilding/empowering_indigenous_peoples.html
- Red Escolapia de educación. (2019). *Desarrollar una conciencia crítica*. Bolivia. Recuperado de <http://www.escolapiosbrasilbolivia.org/wp-content/uploads/2017/06/05-conciencia-cr%C3%ADtica.pdf>

- Constitución de la República del Ecuador, (2018). Corporación de Ediciones Legales. Ecuador. Recuperado de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Ley de Turismo, (2014). *Registro para centros turísticos comunitarios*. Ecuador. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS.pdf>
- Romero, E. (2002). *Claves para entender el desarrollo endógeno en la globalización*, Dialnet
- Romero, G. (2004). *La participación en el diseño urbano y arquitectónico en la producción social del hábitat*. México D.F.: CYTED-HABYTED-RED XIV.F.
- ONU (2015). ODS. *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/poverty/>
- Tirado, J. (2017). *La funcionalidad turística de los espacios rurales: conceptualización y factores de desarrollo*. From <https://www.redalyc.org/pdf/171/17154972015.pdf>
- Unesco (1995). *Participación ciudadana*. Recuperado de <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>Caro González, F. J., Acosta Guzmán, J. A., Orgaz Agüera, F., &



**METODOLOGÍA PARA EL PLANTEAMIENTO
DEL DESARROLLO DE TURISMO RURAL.
CASO EL CISNE – ECUADOR**

Estefanía Sánchez-Cevallos
Christian Viñán-Merecí
Alex Paúl Ludeña Reyes

Universidad Técnica Particular de Loja

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se deriva como una de los principales resultados de un proyecto de investigación financiado por el Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Técnica Particular de Loja, cuyo principal objetivo fue conocer la predisposición de los residentes de la parroquia de El Cisne del Cantón Loja ubicado al Sur del Ecuador, para el desarrollo de actividades turísticas y basados en la potencialidad que posee el territorio proponer un tipo o modalidad de turismo a ser desarrollado, finalmente se elaboró un modelo de gestión que podría coadyuvar a los entes locales en el desarrollo efectivo del turismo propuesto, que para este caso es el “turismo rural” que contiene un enfoque sistémico y aplicable para la localidad.

Los principales hallazgos del proyecto se encasillan en conocer la situación actual de los residentes de la parroquia El Cisne; además se identificó la percepción de los residentes sobre el desarrollo de la actividad turística, incluyendo su apreciación sobre el rol de los gestores de las actividades turísticas, medioambientales y de inclusión en el territorio. Se construyó un modelo de gestión para el desarrollo del turismo rural en la parroquia de El Cisne y finalmente destacó la importancia de la continuidad del proyecto para afianzar los procesos de socialización de resultados con la comunidad, sobre todo para implementar accio-

nes que ayuden a efectivizar la propuesta del modelo de gestión aplicable para el territorio objeto de estudio.

El Cisne se ha convertido en una comunidad anfitriona para propios y extraños, quienes motivados por el turismo religioso viajan hasta el sur del Ecuador con el propósito de visitar la imagen de la virgen de El Cisne que data desde 1594. Por supuesto Aulet Serrallonga y Hakobyan (2011), comentan que el turismo religioso es un servicio también de consumo turístico, que está intrínsecamente relacionado al significado de la cultura y espiritualidad de los lugares que poseen esta característica.

Este lugar ha recibido una serie de impactos positivos y negativos derivados de esta actividad. Como se identifica en el perfil del visitante a la parroquia El Cisne, desarrollado por el Observatorio Turístico de la Universidad Técnica Particular de Loja (2016), en donde se pudo identificar algunas variables de interés para la presente investigación, las cuales se listan a continuación:

- La mayor parte de los visitantes son ecuatorianos, representando el 97,7%, destacándose las siguientes provincias: El Oro, Azuay, Loja y Guayas.
- La ocupación de los visitantes en su mayoría corresponde a Empleados de tipo administrativo con un 29,5%.
- El nivel de instrucción de los encuestados es secundaria en su mayoría con un 47,5%.
- El motivo principal de visita es la religión y las peregrinaciones, con un 89,1%

- Los atractivos más visitados son la Basílica (36,2%) y el Museo de la Virgen de El Cisne (18,1%).
- Los encuestados en su mayoría, visitan regularmente la parroquia, representado por el 57,4%, seguido de feriantes con un porcentaje del 33,3%.
- El transporte que mayormente usan para llegar y salir de la parroquia El Cisne es el transporte público de carretera con un 61,8%. Aclarando que la única manera de llegar a la parroquia es por vía terrestre.
- Los visitantes mencionan que, en su mayoría viajan acompañados con un 81,1%
- El tiempo de duración de las visitas es generalmente de 1 día, representando un 55,0%, lo que quiere decir, que los visitantes son excursionistas.
- Se identifican algunas localidades cercanas que complementan la visita a la parroquia El Cisne, estas son San Pedro de La Bendita y Catamayo. Su cercanía hace que el visitante las considere en su viaje.
- La mayor parte de los visitantes (79,3%), visitan únicamente El Cisne como destino principal.
- El financiamiento del viaje lo hacen por cuenta propia, representando un 92,8%.
- El Viaje lo organizan por cuenta propia sin usar paquete turístico 86,6%.

Así mismo, Pérez y Lois (2016), señalan que determinar el perfil del visitante de los destinos permite, no solo orientar la oferta a las necesidades de la demanda, sino también puntualizar estrategias de publicidad y comercialización para los

segmentos que son de interés del destino. Todo esto, permite la justificación de la investigación y que contemple información real y precisa de la percepción que tienen los habitantes de esta localidad, que están vinculados en la actividad turística, además de su opinión sobre los aportes del turismo en su diario vivir, conjuntamente con la receptividad de la actuación de los gestores de la actividad turística en el territorio.

Los habitantes de la parroquia de El Cisne son imprescindibles dentro de la actividad turística que se desarrolla en dicho territorio, debido a que son parte fundamental para el desarrollo de todas las actividades que se dan dentro del destino. Es por ello, que se ha considerado conocer la percepción que tiene la comunidad anfitriona para intentar dar alternativas de solución a la problemática y necesidades detectadas. Incluso (Guilarte & González, 2016), mencionan que en el tipo de destinos de turismo religioso, las actividades culturales deben implicar una experiencia más creativa y participativa.

Debido a la necesidad de analizar la percepción que tienen los habitantes locales, desde el punto de vista turístico se considera pertinente abordar las siguientes temáticas: información general de las familias residentes en la parroquia, información relacionada a la actividad turística y el rol de los gestores sobre la actividad turística, sostenibilidad, inclusión y género. Más adelante, se plantean preguntas rigurosamente seleccionadas que contribuyen a la construcción de una he-

herramienta metodológica, que sirva para la recolección de información que permita esquematizar la realidad del territorio.

En las siguientes páginas se aborda, en primera instancia, una fundamentación teórica que recoge conceptos asociados a los instrumentos de recolección de información, como base para poder definir la herramienta adecuada para esta investigación. Se realiza también, un apartado en el cuál, se menciona la metodología que determina el vector fundamental y destacado para levantar información precisa y acorde a la realidad del sector. Seguidamente, se describe de forma puntual las secciones de la herramienta identificada para realizar el estudio de campo y se detallan las 52 preguntas seleccionadas, luego del análisis consensuado y basado en otros trabajos investigativos. Luego, se presenta una sección que contiene los principales hallazgos de este estudio y por último se detallan las conclusiones de la investigación.

DESARROLLO

El desarrollo del turismo en los territorios rurales, debe basar su accionar principalmente en el desarrollo sostenible. Es innegable el cambio que ha sufrido este concepto y con ello también se ha visto afectado el concepto de Turismo Sostenible en los últimos tiempos, tanto en su percepción, como en su desarrollo. Todos estos cambios se han dado por la forma particular que ha tomado el territorio rural, especialmente en países subdesarrollados como el caso de Ecuador, en donde las zonas rurales sufren problemas de

migración y abandono debido a la falta de empleo local. Esta situación de declive en determinados espacios, especialmente los rurales, hace ver necesaria la aplicación de políticas y acciones de desarrollo que permitan a estas zonas alcanzar niveles de desarrollo equiparables a los de otros territorios. Este objetivo, se puede alcanzar, planteando algunas estrategias; pero la clave está en que éstas deben ser enmarcadas en lo que las poblaciones implicadas buscan para sus lugares de residencia.

A nivel de Ecuador, se ha tratado de posicionar al turismo como una de las principales fuentes generadoras de ingresos económicos que ayuden de forma positiva a los lugares en los que se desarrolla esta actividad, teniendo en cuenta que la utilización de los recursos debe ser sostenible y sustentable. Por esta razón, se ha puesto especial interés en aquellos territorios que poseen gran potencial turístico y que están situados en zonas rurales, con el fin de fomentar a través de esta actividad los recursos que poseen y generar una mayor inclusión de los grupos vulnerables. Por su parte el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), a inicios del año propuso que sus acciones como cartera de estado irían enmarcadas en algunos hitos, que son: propuesta de la ley orgánica de turismo, plan estratégico de turismo del Ecuador 2030, estrategia de promoción del Ecuador, marca país “Ecuador ama la vida”, DATA LAB turístico (sistema de inteligencia de mercados y estadísticas), pueblos mágicos y rivera de Pacífico. En donde se menciona que, en el hito de estrategia de promoción del

Ecuador, se pondrá especial énfasis en las acciones comunicacionales y promocionales, que permitan posicionar definitivamente al país en el mundo, como un destino que privilegia el desarrollo turístico sostenible (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019). Para el caso del hito de Pueblos Mágicos, está ligado al desarrollo del turismo especialmente en zonas rurales, en donde se pretende que se incentive la inclusión de la población local en este tipo proyectos, destacando los grupos vulnerables. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019)

Partiendo de estos esfuerzos realizados desde el gobierno central, y con el afán de sumar al desarrollo sostenible del turismo en Ecuador, se consideró a la parroquia rural de El Cisne para plantear el proyecto denominado “El turismo rural como eje de desarrollo sostenible en la parroquia de El Cisne del cantón Loja, provincia de Loja: Generación de un modelo basado en el género y la inclusión”. Proyecto de investigación, desarrollado con fondos internos, por la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) en el año 2019.

Así mismo, se tomó como base un proyecto previo, que para efectos de esta investigación se denominará proyecto piloto, el cual fue desarrollado en otra zona rural de Ecuador en el Cantón Zapotillo (Martínez-Fernández, et al., 2018). El proyecto piloto, fue resultado de una cooperación interinstitucional entre la UTPL (Ecuador) y la Universidad de A Coruña (España), que permitió la participación de ambas instituciones en un proceso de concurso

de fondos para la investigación, desarrollado por la Junta de Galicia en España. Derivado de esta cooperación, resulta el proyecto piloto, que tuvo como objetivo principal: describir el escenario actual de las parroquias Mangahurco, Cazaderos y Bolaspamba, pertenecientes al cantón Zapotillo, con la finalidad de identificar sus debilidades y fortalezas, para con ello formular propuestas de mejora que reviertan en el crecimiento económico y social, con el consiguiente impacto y efecto positivo en el resto del cantón.

Es así que, el proyecto de El Cisne (Universidad Técnica Particular de Loja, 2019), en su primera fase, permitió contextualizar adecuadamente la zona objeto de estudio, y analizar qué herramienta sería la adecuada para conocer mejor la predisposición de los residentes en el desarrollo de las actividades turísticas y su percepción sobre el rol de los gestores locales frente a estas actividades.

El Cisne es una parroquia rural del cantón Loja, nombrada en el año 1986, esta parroquia se encuentra a 72 kilómetros aproximadamente, de la ciudad de Loja. Posee una extensión de 106.31 kilómetros cuadrados, una población de 1628 habitantes y la temperatura en esta parroquia es en promedio de 12.5 grados centígrados (GAD Parroquial de El Cisne, 2015). Según la página oficial del Municipio de Loja (2019), El Cisne cuenta con los siguientes barrios: Ambocas, Chaquircunña, Agua del Milagro, Huasir, La Nona, La Concha, Millubo, Santa Teresita. Las principales festividades se desarrollan el 1 de mayo; en donde se celebra la parro-

qualización de El Cisne, el 15 de agosto y el 8 de septiembre como fiestas religiosas en honor a la Virgen de El Cisne.

El mayor atractivo de la Parroquia es, sin duda, la Imagen de la Virgen de El Cisne, que se ubica en la basílica de estilo gótico, la cual es muy concurrida durante todo el año por los peregrinos tanto de la provincia de Loja como de las provincias de El Oro, Azuay, Guayas y del norte del vecino país Perú. Otro atractivo destacado, es el evento de la Romería de la Virgen de El Cisne, que se ejecuta cada año y que ha sido reconocido a nivel local, nacional e incluso internacional, con una duración de 5 días y que recorre algunas parroquias y cantones de la provincia de Loja, hasta llegar a la Catedral ubicada en el centro de la urbe lojana.

Con los antecedentes presentados, se puede evidenciar la importancia de las actividades turísticas para la comunidad de El Cisne. Por ende, al existir varios grupos de interés que intervienen en la implementación de prácticas relevantes en un ámbito socialmente responsable, como, por ejemplo, gobierno (Antolín, 2008), organizaciones no gubernamentales (Teegen, Doh, & Vachani, 2004), consumidores (Egels-Zandén & Wahlqvist, 2007), empleados, propietarios, proveedores, comunidad local y sociedad en general (Vargas Sánchez & Vaca Acosta, 2009); y que, según Remoaldo *et. al.* (2017), debe considerarse que uno de los stakeholders que son importantes para la implementación de las actividades turísticas en un territorio, son los residentes locales. Se ve necesario, plantear una metodología para

conocer la actitud que tienen los residentes, referente al desarrollo del turismo en la parroquia, así como su percepción, respecto a las acciones ejecutadas por los gestores frente al desarrollo sostenible y la inclusión.

Para estudiar la percepción de los residentes, existen algunos estudios que se han basado en este tema, orientados a turismo, por ejemplo, Caro González *et al.* (2015), en su trabajo sobre turismo, desarrollo sostenible y percepción de los stakeholders: caso República Dominicana; Orgaz-Agüera y Cañero-Morales (2015), estudio sobre el ecoturismo como motor de desarrollo en zonas rurales: caso República Dominicana; García-Martínez (2015), trabajo sobre la percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo local: caso San Pedro Tultepec, México; Marins *et al.* (2015), investigación sobre los impactos percibidos del turismo: caso Río de Janeiro; Muñoz-Barriga (2017), trabajo sobre las percepciones de la gestión del turismo en dos reservas de biósfera ecuatorianas: Galápagos y Sumaco; entre otros. En todos los trabajos mencionados, los autores coinciden en la importancia que tiene la opinión de la población local al momento de analizar los impactos, proponer nuevas opciones de desarrollo o simplemente hacer un análisis situacional actual de una zona. Basados en esta premisa, Millán-Escriche (2004, p.134), expone que es indispensable descubrir el conocimiento que posee cada sociedad sobre su espacio de residencia, para con ello poder realizar un análisis de las expectativas de desarrollo deseadas, ya que cada territorio y

sus componentes poseen un significado diferenciado para cada individuo, dependiendo de sus funciones y también de las épocas.

Cuando hablamos de territorios rurales, la mayor parte del tiempo se formulan políticas o acciones de forma general, sin tener en cuenta que la percepción que tienen los habitantes con respecto a las necesidades específicas que poseen. Por ello, generalmente cuando se pretende desarrollar un espacio, solamente se lo hace desde la óptica de los gestores locales, aunque cuando se elaboran planes de desarrollo, programas operativos u otros instrumentos similares, se suele tener reuniones previas con actores locales. Sin embargo, al momento de definir las propuestas siempre existe un sesgo político e incluso contractual de quienes tienen encargado desarrollar dichas propuestas (Millán-Escriche, 2004, p.135). Por las razones antes expuestas, se justifica el objetivo de este estudio, para dar la importancia que merece a la percepción de los residentes, en este caso a las familias que habitan en la Parroquia de El Cisne, así mismo se han considerado estudios anteriores sobre temáticas similares (Martínez-Fernandez, et al., 2018) y el perfil del visitante (Observatorio Turístico Región Sur del Ecuador, 2016).

Según Muñoz-Barriga (2017, p. 114), el hecho de considerar las percepciones de los residentes como parte del proceso es relevante, ya que esto ayuda a que se refleje la realidad de los impactos causados por las actividades analizadas, adicional permite identificar las actitudes negativas

de los residentes y de otros actores que pueden ser la causa del fracaso de un destino turístico.

Para García-Martínez *et al.* (2015, p. 46), la comunidad anfitriona es aquella que define el dinamismo del desarrollo turístico, así como de las interacciones entre esta actividad y todos los actores que se involucran en ella.

Basados en el trabajo de Sánchez-Fernández (2017), en el que expone el hecho de que la mejor herramienta para medir la percepción de los residentes es la herramienta encuesta, puesto que la misma consiste en un método adecuado para levantar este tipo de información, que es más manejable para poder obtener los resultados adecuados, pudiendo aplicarla de una forma amigable a los residentes, incluso logrando establecer un ambiente que promueva la respuesta adecuada ante las interrogantes planteadas. Se define que la herramienta sobre la que es necesario trabajar es la encuesta, para determinar su contenido y estructura se presentan los apartados siguientes.

METODOLOGÍA

Para el caso de esta investigación, al ser resultado de un proyecto de investigación previo, desarrollado en el cantón fronterizo (Ecuador-Perú) de Zapotillo (Martínez-Fernandez, et al., 2018), mismo que fue tomado como un experiencia exitosa bajo un pilotaje, que evidenció la herramienta adecuada para medir la percepción de los residentes es a través del instrumento encuesta.

Se abordan las percepciones desde tres enfoques, el primero que consiste en analizar la situación actual de las familias residentes, el segundo percepción de los residentes frente al desarrollo actual de las actividades turísticas y la tercera que se enfoca en indagar sobre el criterio poseen sobre el accionar de los gestores o involucrados en la administración pública y su rol en el desarrollo de las actividades turísticas, medioambientales y de inclusión. Los tres apartados a investigar, incluyen 52 preguntas rigurosamente seleccionadas, con el fin de tener información sociodemográfica del informante seleccionado para aplicar la encuesta. Así mismo, se indaga sobre la percepción que poseen los resi-

dententes sobre las actividades turísticas que actualmente se desarrollan en la parroquia, si están o no de acuerdo con estas actividades y si se han visto beneficiados de las mismas. Finalmente se consulta, sobre la percepción de los residentes frente al rol que cumplen los responsables de la gestión y la planificación de las actividades en la parroquia y el grado de desarrollo de las prácticas de responsabilidad social, enmarcadas en género e inclusión, de la parroquia en la cual residen.

En la siguiente gráfica se presenta el proceso de diseño de la herramienta para el levantamiento de la información en el territorio.



Gráfica 1: Proceso de construcción de la herramienta de recolección de información

Fuente y elaboración: Los autores, 2019

De acuerdo a la gráfica, se evidencian los pasos que se siguieron hasta llegar a definir el instrumento a aplicar. En este sentido, es importante recalcar que en el proyecto piloto desarrollado por Martínez-Fernández *et al.* (2018), se tomó en cuenta la percepción de los residentes para evaluar el desarrollo de las actividades turísticas, teniendo como principal objetivo de investigación este análisis, sin embargo, el resultado final del mismo abarcó también el planteamiento de un modelo de gestión, para el adecuado desarrollo de las actividades turísticas, teniendo en cuenta al inicio a tres parroquias rurales del cantón Zapotillo: Cazaderos, Bolaspamba y Mangahurco, pero finalmente abarcando a todo el cantón Zapotillo.

Con estos antecedentes, y en función de que la parroquia de El Cisne, representa un territorio rural con similares características que las parroquias tomadas en cuenta por el proyecto piloto; se decidió replicar el instrumento de recolección de información. Para ello se hizo una visita in-situ previa para verificar los horarios de aplicación más adecuados, familiarizarse con el territorio y la observación y delimitar las rutas de levantamiento a seguir. Como una fortaleza del trabajo, se presenta la socialización ante las autoridades del territorio, sobre el instrumento a aplicarse y el proceso del levantamiento como tal. Ya que, al tratarse de comunidades rurales, y por experiencias previas, resulta de mucha ayuda este acercamiento previo que se hace con la finalidad de que los gestores locales se informen del proceso y sean parte activa del mismo.

Finalmente, el instrumento que fue trabajado por Sánchez-Fernández (2018) es la base de esta investigación, la misma fue adaptada a la realidad de la parroquia de El Cisne y socializada con las autoridades de la parroquia so conocimiento y autorización.

Los resultados obtenidos a través de la encuesta y la experiencia del equipo técnico en proyectos anteriores, dieron como resultado la propuesta de un modelo de gestión para el desarrollo del turismo rural en la parroquia de El Cisne, con un enfoque de inclusión. La modalidad de turismo rural fue determinada como la más idónea a aplicar en este territorio, con el análisis y estudio de las fases restantes del proyecto de investigación de El Cisne.

RESULTADOS O HALLAZGOS

Población objetivo

Ahora bien, de acuerdo a lo investigado en base a las recomendaciones de la literatura, se ha considerado al residente de la parroquia de El Cisne, como nuestra población objetiva, la cual lo define como una persona que reside en el destino principal, así mismo, conocer su principal actividad económica en el destino, por otro lado, conocer las actividades de ocio, negocios u otro motivo relacionado con el sector de servicios turísticos.

Variables de interés

En consecuencia, basándonos en el marco teórico se han considerado las variables de inclusión y sostenibilidad, desde un punto de vista de género, del mismo

modo, los ítems incluyen las dimensiones de la responsabilidad social de todos los actores de la parroquia El Cisne en sus compromisos u obligaciones con la sociedad ya sea de forma individual o como miembros de algún grupo de la parroquia.

Parámetros a estimar

De la misma manera, la encuesta está estructurada y diseñada para estimar totales, promedios, proporciones de las variables de interés.

Cobertura

Por consiguiente, la encuesta está dirigida a los residentes de la parroquia EL Cisne, el principal informante es el jefe del Hogar, la madre o un adulto que represente al hogar; el estudio se direccionó a los hogares que tienen relación directa o indirecta con el sector del turismo.

Diseño muestral

De acuerdo a lo especificado por los objetivos, es decir el diseñar, planificar y desarrollar una investigación para los residentes de la parroquia de EL Cisne que tiene relación con el sector del turismo, está orientada a los residentes que se relacionan con el sector de turismo año 2018, con énfasis en la inclusión y sostenibilidad, desde un punto de vista de género, esto nos permite presentar las bases de datos en forma global, de lo que un residente encuestado representa al conglomerado total.

Ya determinado el diseño muestral se construye el cuestionario utilizado en la parroquia de El Cisne, como el territorio adaptado al objeto de estudio. Para po-

der conocer a los informantes, se parte desde la sección de información general, que señala la información general del encuestado y donde se encuentra la variable género, misma que permitirá realizar los análisis para la propuesta final del modelo. A continuación, se señalan los componentes de esta sección de la encuesta.

SECCIÓN A. INFORMACIÓN GENERAL

Género

1. Masculino 2. Femenino

Edad

(Años cumplidos)

Parroquia donde reside

(De acuerdo con su localidad de residencia)

Número de casa de residencia

(Generado por el GAD Parroquial)

Es natural del cantón o parroquia en donde reside en la actualidad

1. Si 2. No

¿Hace cuánto tiempo vive en el cantón o parroquia donde reside en la actualidad?

(número de años viviendo)

Reside en este cantón o parroquia durante todo el año

1. Si 2. No

Nivel de estudios

0. Ninguno

1. Primario

2. Secundario

3. Superior

4. Post Grado

Actividad principal actual

1. Dirección de las empresas y administraciones públicas.
2. Técnicos y profesionales científicos e intelectuales.
3. Empleados de tipo administrativo.
4. Trabajadores de los servicios de restauración y comercio.
5. Artesanos y trabajadores cualificados de las industrias.
6. Trabajadores no cualificados.
7. Fuerzas armadas.
8. Desempleado.
9. Ama de casa.
10. Jubilado/Retirado/Pensionista.
11. Estudiante.
12. Otros (especifique).

Nivel de ingresos (nivel de ingreso mensual de su familia - ayudas, salarios, subsidios, etc)

1. Hasta 500 USD.
2. 501 -1000 USD.
3. 1001-2500 USD.
4. 2501-3000 USD.
5. Superior a 3001 USD

Es usted, empresario, micro empresario o emprendedor/a

1. Sí 2.No

La actividad que realiza usted, está relacionada con el turismo

1. Sí 2.No (Si la respuesta es No termina la encuesta)

En la adaptación de las secciones se procede a especificar el desarrollo de la actividad turística de la parroquia El Cisne, basados en la revisión bibliográfica que fue validada por Sánchez-Fernández (2018). Las dimensiones abarcaron temas de turis-

mo, inclusión, sostenibilidad y género; que para la presente investigación esta sección es fundamental para proponer el modelo. A través de las siguiente 20 preguntas estructuradas en una escala de Likert, siendo 1 “En desacuerdo totalmente” y 5 “de acuerdo totalmente”. Permitiendo opiniones extremas por parte de los informantes de la parroquia de El Cisne.

- El turismo es bueno para el cantón o parroquia donde reside.
- Es necesario que aumente el número de turistas en el cantón o parroquia donde reside.
- El turismo puede ayudar al desarrollo del cantón o parroquia donde reside.
- Personalmente, puede beneficiarse del desarrollo del turismo en el cantón o parroquia donde reside.
- Aumentará la calidad de los servicios públicos (policía, escuelas, centros de salud, transportes, etc.).
- Permitirá crear oportunidades de entretenimiento y “recreo”.
- Posibilitará la conservación de los recursos históricos y arqueológicos.
- Estimulará la cultura local y la artesanía.
- Posibilitará el contacto con culturas diferentes.
- Creará puestos de trabajo para los residentes.
- Aumentará los impuestos generados en la economía local.
- Aumentará el ruido excesivo en el centro del cantón o parroquia.
- Aumentará la cantidad de suciedad en las calles.
- Aumentará la criminalidad.
- Dificultará la preservación de los valores, costumbres y tradiciones locales.

- Aumentará los ingresos de los residentes.
- Beneficiará la autoestima de la comunidad.
- Aumentará la inversión por parte de las empresas en hoteles, restaurantes, tiendas, etc.
- Aumentará los precios de bienes, de servicios y propiedades.
- Aumentará la calidad de vida de los residentes.

Con referencia al turismo sostenible se adapta la escala validada por Remoaldo, et al. (como se citó en Sánchez-Fernández, 2018) al objeto de estudio en la zona geográfica de la parroquia de El Cisne. A continuación, describimos la sección que se estructura de 20 preguntas referente a la sostenibilidad y a la inclusión:

- Cree usted que en la parroquia donde reside se preocupan por mejorar la calidad de vida sus grupos de interés (vecinos, trabajadores, etc).
- Cree usted que en la parroquia donde reside están comprometidos con la creación de empleo.
- Cree usted que en la parroquia donde reside se fomenta la formación y el desarrollo profesional de sus grupos de interés (vecinos, trabajadores, etc.).
- Cree usted que en la parroquia donde reside tienen políticas de flexibilidad laboral que permiten conciliar la vida laboral con la vida personal.
- Cree usted que la parroquia El Cisne, donde usted reside existe igualdad de oportunidades para todos los grupos de interés (vecinos, clientes, proveedores, etc.).
- Los mecanismos de diálogo (gestores, actores y decisores del municipio o junta parroquial) con los grupos de interés (vecinos, clientes, etc.) cree usted que son dinámicos en la parroquia El Cisne, donde usted reside.
- El salario de los gestores y decisores del municipio o junta parroquial está relacionado con las competencias y los rendimientos que obtienen en la parroquia El Cisne, donde usted reside.
- Se preocupan en el municipio o junta parroquial de El Cisne donde usted reside (servicios municipales, etc.) por proporcionar productos y/o servicios de alta calidad a los grupos de interés (vecinos, turistas, etc.).
- Los productos y/o servicios ofrecidos por el municipio o junta parroquial de El Cisne donde usted reside cumplen con los estándares nacionales de calidad.
- En el municipio o junta parroquial de El Cisne donde usted reside se distinguen por mantener los mejores niveles de servicio público (Sanitarios, transporte, etc.) en relación con la calidad ofrecida.
- Proporcionan a los grupos de interés (vecinos, proveedores, etc.) información completa y precisa sobre los productos y/o servicios que ofrece el municipio o junta parroquial de El Cisne donde usted.
- El respeto a los derechos de los grupos de interés (vecinos, consumidores, proveedores, etc.) es un eje prioritario de la gestión del municipio o

junta parroquial de El Cisne donde usted.

- Cree que se minimiza el impacto medioambiental en el municipio o junta parroquial de El Cisne donde usted.
- Cree que se utilizan combustibles, productos en curso y/o transformados de bajo impacto ambiental en su municipio o junta parroquial de El Cisne donde usted.
- Cree que se aplican medidas de ahorro de energía para lograr mayores niveles de eficiencia en su municipio o junta parroquial de El Cisne donde usted.
- Cree que utilizan fuentes de energía alternativas en su municipio o junta parroquial de El Cisne donde usted.
- Cree que planifican sus inversiones para reducir el impacto medioambiental que generan en su municipio o junta parroquial de El Cisne donde usted.
- Cree que reducen las emisiones de gases, residuos y reciclaje de materiales en su municipio o junta parroquial de El Cisne donde usted.
- Cree que se utiliza, compra o favorece la producción de artículos ecológicos en su municipio o junta parroquial de El Cisne donde usted.
- Cree que usan envases y embalajes reciclables en su municipio o junta parroquial de El Cisne donde usted.

En conclusión, la presente herramienta está adaptada a una escala de Likert de cinco puntos. En base a esta herramienta desarrollada por Sánchez-Fernández (2018), se consiguió unificar criterios a

nivel de escala en el cuestionario. Por último, la sección de género se lo considera en la información general del cuestionario, y que es una variable transversal al turismo, sostenibilidad e inclusión.

Es importante recalcar que esta herramienta fue planteada para construir el Proyecto: “El turismo comunitario como instrumento en el desarrollo humano de las parroquias Mangahurco y Cazaderos del cantón Zapotillo, provincia de Loja: Generación de un modelo aplicado basado en la inclusión, sostenibilidad, género y naturaleza” (Ref: PR 815A 2017/6). Sin duda, esta herramienta válida lo sucedido en el territorio de Mangahurco y Cazaderos, con resultados positivos para el destino, debido a que los profesores de la Universidad la Coruña y de la Universidad Técnica particular de Loja plantearon el modelo de gestión que permite el desarrollo del turismo rural en este importante sector del país.

En efecto, la presente herramienta permitió recolectar las características sociodemográficas, de clasificación y sistematización que dispone la variable género, también admitió comparar los resultados según el objetivo propuesto en la investigación, es decir, analizar la variable género en relación con la sostenibilidad y equidad que se desarrolla en la parroquia El Cisne, variables que permitieron proponer acciones en relación al género de los residentes y su vinculación con el turismo. Otras variables que se pudieron determinar de los residentes es su edad, nivel de estudios, tiempo de residencia en la parroquia y su relación socioeconómica, así mismo la ac-

tividad laboral en el que están inmersos los residentes y finalmente su nivel de ingresos, considerado un factor importante para futuras acciones.

CONCLUSIONES

Como resultado de la presente herramienta para la investigación de las variables de género analizando para ello la sostenibilidad y la inclusión, es posible concluir que la herramienta si cumple con las condiciones de aplicación para la parroquia El Cisne. Considerando, que esta herramienta fue aplicada en otro sector de la provincia de Loja, es decir, es una herramienta doblemente probada y validada en este sector tan importante de la provincia de Loja como es la parroquia de El Cisne, considerado un destino de turismo religioso por la importancia de la presencia de la Virgen de El Cisne y su majestuosa basílica. A pesar de ser aplicados en diferentes destinos de la provincia de Loja se puede deducir que las acciones son muy parecidas debido a que la herramienta fue construida y adaptada al territorio ecuatoriano, es decir que esta herramienta podría ser implementada en cualquier destino que necesite desarrollar un turismo rural.

Adicional, gracias a la observación directa del equipo técnico del proyecto y a los resultados del perfil del visitante a El Cisne, se pudo evidenciar que el turismo aporta importantes beneficios económicos y sociales para la parroquia, los cuales se encuentran relacionados, principalmente, devoción a la Virgen de El Cisne, como su basílica y su museo, de modo que trabajar en la preservación y conservación

de los recursos culturales y abogar por un turismo sostenible es fundamental para contribuir a mejorar los flujos de visitantes que llegan al destino y que del desarrollo de este depende su permanencia o pernoctación. Por lo que apostar por el desarrollo de otras tipologías turísticas, representa para la parroquia una de las materias pendientes.

Asimismo, los beneficios que el turismo genera para la población local son también numerosos, lo más llamativo se produce en temporada alta de visita a la Virgen de El Cisne, donde la afluencia de visitantes y turistas a la zona aumenta de forma considerable, por lo tanto, es primordial trabajar en el empoderamiento y en la formación para lograr que la zona se dinamice desde la perspectiva del turismo y los beneficios reviertan en la comunidad.

Por otro lado, como recomendación se debería de considerar la necesidad de implementar acciones encaminadas a fomentar la inclusión social de la mujer al ámbito laboral, apostar por una mayor formación, por la creación de empleo, así como por el diseño de planes que contribuyan a mitigar los impactos medioambientales y que conviertan a la parroquia de El Cisne en un destino natural y sostenible. O lo que es lo mismo, el papel de la mujer en el desarrollo de actividades turísticas es fundamental, al ser ellas, en la actualidad, las que se encargan sobre todo de los servicios de alimentación. No obstante, este tema es una tarea en la que todavía hay que trabajar mucho, por lo que se requiere un mayor compromiso por parte

de todos los actores involucrados en la parroquia. Por ende, fomentar la inclusión social de la mujer requiere del desarrollo de políticas de flexibilidad laboral encaminadas a la conciliación.

Finalmente, esta herramienta permite construir el destino para el desarrollo del turismo rural, que pueda servir para la generación de política pública, pero que, debido a la falta de interés, los municipios no prestan el uso correcto a estas propuestas de investigación.

BIBLIOGRAFÍA

- Antolín, M. (2008) “La difusión de las prácticas de responsabilidad social en las empresas multinacionales.” *Pecunia: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de León*, Volumen 1, pp. 33-64.
- Aulet Serrallonga, S., & Hakobyan, K. (2011). Turismo religioso y espacios sagrados: una propuesta para los santuarios de Catalunya. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 2011, vol. 1, núm. 1, p. 63-82.
- Caro González, F. J.; Acosta Guzmán, J. A.; Orgaz Agüera, F; Castellanos Verdugo, M. (2015) “Turismo, desarrollo sostenible y percepción de los stakeholders. Un estudio de caso en República Dominicana.” *Revista de Economía del Caribe*, Volumen 15, pp. 153-182.
- Egels-Zandén, N y Wahlqvist, E. (2007) “Post-partnership strategies for defining corporate responsibility: The business social compliance initiative.” *Journal of business ethics*, 70(2), pp. 175-189.
- Gobierno Autónomo descentralizado parroquial de El Cisne (2015) “Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia de El Cisne”. El Cisne: GAD Parroquial El Cisne.
- García-Martínez, A. K.; Serrano-Barquín, R. C.; Osorio-García, M.; López-Carré, E. (2015) “Percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo local. Caso San Pedro Tultepec, México.” *Turismo y sociedad*, Volumen 16, pp. 43-65.
- González-García, R.; Parra, D. y Ferran, C. (2016) “Percepción de los residentes sobre el impacto del Mundobasket 2014 en Gran Canaria y apoyo a la celebración de eventos deportivos.” *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte.*, 11(2), pp. 279-288.
- Guilarte, P. y González, R. (2016). El Perfil del visitante en Santiago de Compostela: Tradición y actualidad. *Cuadernos de Turismo*, pp. 305-322.
- Marins, S.; Mayer, V.; Fratucci, A. (2015) “Impactos percibidos del turismo. Un estudio comparativo con residentes y trabajadores del sector en Rio de Janeiro-Brasil.” *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(1), pp. 115-134.
- Martínez-Fernandez, V.; Rodríguez-Fernández, M.; Sácnhez-Amboage, E.; Rodríguez-Vázquez, C.; Juanatey-Boga, Ó.; Membiela-Pollán, M.; Sánchez-Fernández, M. D.; Viñán-Merecí, C.; Ludeña-Reyes, A. P.; Sánchez-Cevallos E.; Mora-Jácome, V.; Bustamante-Sánchez, N.; Suasnavas Rodríguez M. G.; Massa-Sánchez, P.; García, D.; Maldonado-Eraza, P. (2018). “El turismo comunitario como instrumento en el desarrollo humano de las parroquias Mangahurco y Cazaderos del cantón Zapotillo,

- provincia de Loja: Generación de un modelo aplicado basado en la inclusión, sostenibilidad, género y naturaleza.”, Loja: Ediloja.
- Millán-Escriche, M.(2004). La geografía de la percepción: una metodología de análisis para el desarrollo rural. *Papeles de geografía*, (40), 133-149.
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2019). Ministerio de Turismo del Ecuador. [En línea]
- Available at: <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-en-ecuador-cuenta-con-cinco-hitos-en-2019/> [Último acceso: 10 07 2019].
- Municipio de Loja (2019). Municipio de Loja. [En línea]: Available at: <http://www.loja.gob.ec/contenido/parroquias>
- Muñoz-Barriga, A. (2017) “Percepciones de la gestión del turismo en dos reservas de biosfera ecuatorianas: Galápagos y Sumaco.” *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía*, 2017(93), pp. 110-125.
- Observatorio turístico región sur del Ecuador, 2016. Perfil del Visitante a la parroquia de El Cisne, Loja: Ediloja.
- Orgaz Agüera, F. y Cañero-Morales, P. (2015) “El ecoturismo como motor de desarrollo en zonas rurales: un estudio de caso en República Dominicana.” *Estudios y perspectivas en turismo*, 40(1), pp. 47-76.
- Perez G., Y. y Lois G., R. (2016). El perfil del visitante en Santiago de Compostela: tradición y actualidad. *Cuadernos de Turismo*, 305-322.
- Remoaldo, P., Freitas, I., Matos, O., Lopes, H., Silva, S., Fernández, M. D. S., y Ribeiro, V. (2017). The planning of tourism on rural areas: the stakeholders’ perceptions of the Boticas municipality (Northeastern Portugal). *European Country-side*, 9(3), 504-525.
- Sánchez-Fernpandez, M. (2018). “Instrumento de medición para el turismo basado en la inclusión, la sostenibilidad, el género y la naturaleza.” España: Universidad de A Coruña. /Universidad Técnica Particular de Loja.
- Sánchez-Fernández, M. D., Álvarez-Bassi, D., y Ramón-Cardona, J. (2017). The Impact of Residents’ Posture on the Degree of Acceptance of Sports Tourism in Comparison to Other Tourist Offers in Punta del Este. In *Sports Management as an Emerging Economic Activity* (pp. 39-56). Springer, Cham.
- Teegen, H.; Doh, J. y Vachani, S. (2004). “The importance of nongovernmental organizations (NGOs) in global governance and value creation: An international business research agenda.” *Journal of international business studies*, 35(6), pp. 463-483.
- Universidad Técnica Particular de Loja (2019) “Proyecto: El turismo rural como eje de desarrollo sostenible

en la parroquia de El Cisne del cantón Loja, provincia de Loja: Generación de un modelo basado en el género y la inclusión.” Loja: Ediloja.

Vargas Sánchez, A. y Vaca Acosta, R. M. (2009) “Il ruolo della Pubblica Amministrazione spagnola nella promozione della responsabilità sociale d’impresa.” *Sinergie-Rapporti di Ricerca*, Volumen 30, pp. 45-61.



EJE TEMÁTICO:

**EXPERIENCIAS DE TURISMO RURAL:
ESTUDIO Y SISTEMATIZACIÓN DE
CASOS**



**PERCEPCIÓN DEL POTENCIAL DE DESARROLLO
DE ACTIVIDADES DE TURISMO RURAL Y DE
NATURALEZA EN EL MUNICIPIO DE COMONDÚ**

Reyna María Ibáñez Pérez
Ricardo Cabañas Pérez

INTRODUCCIÓN

Uno de los mayores anhelos de toda sociedad es alcanzar un nivel económico elevado y tener la oportunidad de disfrutar eternamente de los servicios proporcionados por la madre naturaleza. Lo anterior, aunado a la dependencia que algunas entidades han desarrollado con relación a actividades productivas se han sumado a las preocupaciones centrales de los gobiernos; quienes buscan promover esquemas que hagan compatibles el cuidado del ambiente y el bienestar económico (Ibáñez, 2011).

Dada la presencia de enormes atractivos naturales en México, se incentiva el desarrollo turístico, como un medio para acrecentar la calidad de vida y generar ingresos complementarios en zonas deprimidas y/o vulnerables. Precisamente, por tales características se busca promover actividades de tipo alternativo o vinculadas con el disfrute de la naturaleza ya que, se tiene la idea de que estas generan menores impactos negativos en comparación con modalidades tradicionales. Además, dan origen a una fuerte derrama económica y de nuevos empleos. Con relación a ello, la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2006) señala que, en México durante el año 2006 existían 1,239 empresas y/o proyectos orientados a ofrecer servicios para el turismo de naturaleza de las cuales, el 70% estaban en operación y 30% eran iniciativas en proceso. Asimismo, 74% eran de tipo comunita-

rio o social y se integraban principalmente por grupos rurales o indígenas, solo 26% eran privadas. Del mismo modo, 2002 al 2005 se registraron cerca de 20 millones de visitantes, que practicaron actividades en contacto con la naturaleza, generando una derrama económica estimada en \$ 5 mil millones de pesos (SECTUR, 2006).

En este sentido, como señala Ibáñez (2016) gran número de localidades y municipios, convencidas en las bondades de las modalidades del turismo de naturaleza, han decidido incursionar en su implementación. Sin embargo, su puesta en marcha no siempre se basa en una evaluación previa de las potencialidades y debilidades existentes ni mucho menos responde a los deseos de la mayoría de la población. Lo anterior, ocasiona que los resultados generados por proyectos ecoturísticos, de turismo rural o de aventura no siempre generen los resultados esperados (Ibáñez y Olmos, 2015). Pese a ello, en numerosas entidades del país, se observa una tendencia a la reconversión productiva de la actividad turística, pese a no contar con suficientes elementos y/o datos para evaluar ¿en qué medida esa actividad ha generado mejoras en variables sociales y ambientales? (Bringas, 1999).

Aun con opiniones adversas, en entidades como BCS, se busca aprovechar los recursos y atractivos turísticos al interior de todos sus municipios; uno de ellos es Comundú, que después de décadas de bonanza agrícola y un posterior, agotamiento del recurso agua, enfrenta serios problemas económicos que han generado que la población emigre con la finalidad

de encontrar mejores oportunidades de trabajo.

Cabe destacar que, al ser un municipio agrícola y costero, cuenta con recursos pesqueros y para el desarrollo de actividades recreativas, no obstante, tales atractivos no han sido debidamente aprovechados en la generación de mayores opciones productivas así también, tampoco se han realizado estudios para conocer la opinión de la población con relación al turismo como alternativa económica.

Por tanto, esta investigación es de carácter exploratorio dado que, busca documentar un tema poco estudiado, pretende contribuir con la obtención de información para justificar la realización de una investigación futura más desagregada y basada en una problemática previamente analizada (Hernández *et al.*, 2010).

Tomando en consideración lo anterior, este trabajo tuvo como propósito identificar las percepciones de la población local en relación al potencial de desarrollo de actividades de turismo alternativo o de naturaleza (en especial, de turismo rural) en el municipio de Comundú, Baja California Sur (BCS).

Al iniciar este estudio se plantearon las siguientes preguntas de investigación: 1) ¿Existe una percepción positiva de los habitantes del municipio de Comundú, en relación a los beneficios del turismo de rural y de naturaleza?, 2) ¿Cuáles son las propuestas que tienen los habitantes, en relación al desarrollo de actividades turismo naturaleza; en especial, ¿de turis-

mo rural?, 3) ¿Qué opciones diferentes al turismo, la agricultura y la ganadería, se consideran viables, en términos económicos? Asimismo, se partió de la siguiente hipótesis: “La población identifica el potencial para el desarrollo de actividades de turismo de naturaleza; en particular, de turismo rural en el municipio de Comundú, BCS mismo que, está respaldado por la presencia de una gran cantidad de atractivos, que no han sido aprovechados en su totalidad pese a que, pueden constituir una fuente de ingresos alternativa para la población local”.

Como se detalla más adelante, se emplearon encuestas para contrastar la hipótesis planteada y responder las preguntas de investigación. Con relación al contenido de este trabajo, consta de siete segmentos, el primero corresponde a esta breve introducción. Posteriormente, en el apartado de antecedentes y marco teórico, se analizan estudios anteriores, que representan el cuerpo de conocimiento que dio lugar al estudio del problema estudiado. Enseguida, dentro de la metodología, se describen las técnicas empleadas en la generación y análisis de la información. Más adelante en la sección de resultados, se presenta una breve caracterización ambiental y socioeconómica de la zona de estudio, asimismo se describe la evolución de la actividad turística y los principales hallazgos de las encuestas aplicadas. Posteriormente, en las discusiones se analizan y comparan los resultados con los de otros estudios similares. Después, en las conclusiones, se destaca que existe disposición de la población local en relación a participar directa o indirectamente en

la implementación actividades de turismo alternativo sin embargo, para potencializar sus beneficios se requiere, gestionar apoyos del gobierno para: 1) Construcción y reparación de la infraestructura, 2) Mejoramiento de caminos, 3) Realizar publicidad sobre las actividades recreativas alternativas que se pueden realizar y 4) Implementación de programas para sensibilizar a los pobladores la importancia de mantener una adecuada calidad y cultura en el servicio. Finalmente, se enlistan las referencias bibliográficas.

ANTECEDENTES Y MARCO CONCEPTUAL

El desarrollo de esta investigación se vincula con cuatro temas fundamentales: el bienestar y desarrollo sustentable, turismo y sus modalidades, percepción y participación comunitaria, desarrollo local y empoderamiento. Sobre estos tópicos, se presenta un análisis conceptual acompañado de una breve revisión del estado del arte.

BIENESTAR Y DESARROLLO SUSTENTABLE

La palabra bienestar ha moldeado su significado al paso de los años, de tal forma que en incluso en la actualidad, tiene distintas connotaciones y puede llegar a ser un término bastante subjetivo. Según Ross (2004, p.485) se asocia al desarrollo y se caracteriza por qué:

“Es una condición social, en la cual las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales”.

Lo anterior, implica que todos los grupos sociales tendrían acceso a las organizaciones y a servicios básicos como educación, vivienda, salud, nutrición y que sus culturas y tradiciones sean respetadas. Por tanto, en términos económicos, implicaría que para la población hay oportunidades de empleo y satisfacción al menos de las necesidades básicas. Sin embargo, dado las problemáticas ambientales generadas por la actividad económica, ha llevado a tener una concepción distinta de bienestar, en ese contexto, nace el término de desarrollo sustentable, mismo que comenzó a tomar forma a fines de los sesenta y se oficializa en los ochentas, cuando la Organización de Naciones Unidas (ONU) estableció en 1983, la Comisión Mundial Sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD), a través de la cual se formó el grupo de trabajo, conocido como Comisión Brundtland, cuyas tareas culminaron en 1987, con la publicación del documento llamado Nuestro Futuro Común o Informe Brundtland, donde se advierte que la humanidad debe cambiar tanto sus modos de vivir y como de interacción comercial, si no desea el advenimiento de una era con niveles de sufrimiento humano y degradación ecológica inaceptables. Asimismo, indica que está en manos de la sociedad hacer que el desarrollo sea sostenible, es decir, asegurar que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias (Comisión Brundtland-CB, 1987). El reporte sugiere que, de alguna manera que el bienestar y/o el desarrollo económico y social debe descansar en la sustentabilidad e identifica los siguientes puntos como conceptos

claves en las políticas de desarrollo sustentable: a) La satisfacción de las necesidades básicas de la humanidad; b) La necesaria limitación del desarrollo impuesta por el estado actual de la organización tecnológica y social; y c) Su impacto sobre los recursos naturales, por la capacidad de la biósfera para absorber dicho impacto (Bell y Morse, 2003). Desde la década de los noventa hasta la actualidad, ese paradigma ha impregnado la noción de bienestar que actualmente, se le relaciona con una profunda preocupación por el medio ambiente y la sostenibilidad. Por ello, muchos gobiernos intentan establecer mediciones para determinar si las pautas de crecimiento y desarrollo son congruentes con el cuidado ambiental y el bienestar social. Esto, se ha vuelto una prioridad en la escala mundial y se ha prestado especial interés a los lugares que cuentan con una alta riqueza natural, en donde se realizan actividades que involucran una constante interacción entre el hombre y la naturaleza; en entidades que han desarrollado una enorme dependencia de actividades, como la turística; o bien, en zonas que por su naturaleza resultan vulnerables en términos socioambientales (Díaz y Escárcega, 2009).

TURISMO Y SUS MODALIDADES

El concepto del turismo está íntimamente ligado con la definición de turista, por lo tanto, lo podemos entender como el fenómeno que se presenta cuando uno o más individuos se trasladan a uno o más sitios diferentes de los de su residencia habitual por un periodo mayor a 24 horas y menor de 180 días, sin participar en los mercados

de trabajo y capital de los sitios visitados (Ibáñez y Cabrera, 2011). Por otra parte, SECTUR define al turismo como una actividad humana cuya esencia son el ocio, los negocios y el tiempo libre y que se sustenta en el uso de los recursos y en la prestación de servicios; sin embargo, la Organización Mundial del Turismo (OMT) menciona que el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo. Cabe destacar que, existen diversas formas de hacer turismo, nos referimos a diferentes combinaciones de espacios, recursos, modelos construidos y necesidades de formación y gestión implicados en el hecho turístico (González y León, 2010). En sentido, la actividad turística se divide en dos grandes modalidades: A) el turismo masivo y B) el turismo alternativo o de naturaleza. En relación al Turismo Masivo, como su nombre lo indica es ejercido por un gran número de personas en destinos de sol y playa principalmente, se realiza de manera irracional y no hay cuidado alguno por el impacto que se genera tanto en la población como en el ambiente. Las actividades que mayormente caracterizan a este tipo de turismo son: visitas a playas, ciudades coloniales o de atractivo cultural situadas regularmente en grandes ciudades (Ibáñez y Cabrera, 2011). Por otro lado, el turismo alternativo o de naturaleza, se considera 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. La SECTUR realizó una segmentación basada en el tipo de interés

y actividades que el turista tiene y busca al estar en contacto con la naturaleza, dichos segmentos son: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural (SECTUR, 2004). Cada segmento agrupa una serie de actividades tal como se aprecia en el siguiente cuadro:

Cuadro 1. Actividades turísticas relacionadas con las categorías del turismo de naturaleza

Tipologías	Categorías	Actividades
Turismo Alternativo	Ecoturismo	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres de educación ambiental • Senderismo interpretativo • Observación sideral • Rescate de flora y fauna • Observación de flora y fauna • Observación de ecosistemas • Observación geológica • Observación de atractivos naturales • Montañismo
	Turismo de Aventura. Turismo Rural.	<ul style="list-style-type: none"> • Rappel • Cabalgata • Escalada • Espeleísmo • Ciclismo de montaña • Caminata • Talleres artesanales • Enoturismo • Ecoarqueología • Agroturismo • Preparación y uso de medina tradicional • Talleres y disfrute gastronómico • Fotografía rural • Aprendizaje de dialectos

Fuente: Elaboración con base en información de Ibáñez y Cabrera, 2011.

Dentro de esta investigación es de especial importancia el turismo rural, ya que gran parte de las localidades que forman parte del municipio estudiado son zonas no urbanas. En este sentido, cabe mencionar que, el turismo rural se concibe según la SECTUR (2004), como un tipo de turismo que se realiza en áreas rurales, realzando la cultura, los valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos. En este tipo de turismo se complementan las actividades económicas tradicionales y permite el intercambio positivo entre visitantes y receptores, por ende, no necesariamente se vincula con actividades agropecuarias. Por último, las principales motivaciones para su práctica son: la contemplación de áreas específicas, del paisaje, la recreación y, desde luego, el descanso (Ibáñez y Cabrera, 2011).

PERCEPCIÓN Y PARTICIPACIÓN COMUNITARIA

Tal como señalan Rivera *et al.*, 2009, la percepción permite mantener el contacto directo con la realidad física y proporciona información sobre el mundo al que debemos adaptarnos para sobrevivir. Por eso, la percepción juega un papel fundamental. Sobre la percepción se ofrecen diversas definiciones que han ido evolucionando hacia la integración de tres dimensiones: sensorial, constructiva y afectiva. Así la percepción es una función mental que permite al organismo, a través de los sentidos, recibir y elaborar las informaciones provenientes del exterior y convertirlas en totalida-

des organizadas y dotadas de significado para el sujeto. Esto supone que no se puede percibir totalmente la realidad porque nuestra percepción es selectiva e interpretativa. En este caso, se entenderá como percepción a la opinión que tiene la población con relación a un tema específico, el turismo en su modalidad alternativa.

DESARROLLO LOCAL Y EMPODERAMIENTO

Hermosillas (2003) señala que, el principio fundamental del desarrollo local es la sostenibilidad de su proceso, debe ser respetuoso con el medio ambiente, y además debe caracterizarse por su continuidad en el tiempo. Por ello, para que exista realmente un desarrollo local, se deben aprovechar los recursos humanos y naturales propios de una zona determinada, llamados endógenos, que a través de una política multidimensional cuyo objetivo consiste en el desarrollo integrado de un territorio se logra el crecimiento de una región.

Por otra parte, el concepto de empoderamiento se utiliza en el contexto de la ayuda al desarrollo económico y social para hacer referencia a la necesidad de que las personas objeto de la acción de desarrollo fortalezcan en su capacidad de controlar su propia vida. Por tanto, el empoderamiento se ha convertido en el paradigma de las teorías de desarrollo. Este concepto ha permitido que los individuos y sociedades que hasta ahora estaban marginados de la toma de decisiones sean ahora el eje central de las

intervenciones (Zavala y Jiménez, 2012). Es importante, mencionar que el turismo alternativo por sus condiciones puede generar alto grado de empoderamiento.

METODOLOGÍA

Dado que no existen estudios similares realizadas en la zona de estudio, el trabajo realizado fue de carácter exploratorio, su principal propósito fue examinar un problema de investigación escasamente analizado; por tanto, en esta fase de investigación se busca encontrar las características y percepciones sobre el problema y no la generalización de resultados en la población estudiada u otras que tengan condiciones similares. La generación de hallazgos se apoyó de la utilización de las siguientes técnicas:

REVISIÓN DE INFORMACIÓN BIBLIOGRÁFICA Y HEMEROGRÁFICA

La búsqueda de información se enfocó en los siguientes temas: A) *Del desempeño de variables típicas del sector turismo*, los datos

fueron identificados en documentos de fuentes como Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), SECTUR y en estudios académicos, B) *Información socioeconómica*, para delinear un perfil sobre variables como población total y estructura económica, la revisión de datos se efectuó en fuentes oficiales como, el Consejo Nacional de Población (CONAPO) e INEGI, además de documentos especializados, C) *Investigación documental*, a fin de identificar rasgos representativos de la actividad turística y de analizar el contenido de la literatura sobre aspectos relacionados con el fenómeno turístico en la zona de estudio.

Diseño y aplicación de encuestas

La población objetivo fueron los habitantes de ese municipio en un rango de edad de 18 a 60 años. Para estimar el tamaño de muestra se consideró un margen de error de 10%, un nivel de confianza de 99%, una población aproximada de 40, 314 individuos y al aplicar la ecuación estadística para proporciones poblacionales:

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra

z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

Se estimó una muestra de 165 encuestas que se aplicaron cara a cara de manera aleatoria en supermercados, gasolineras, escuelas, hogares y oficinas de gobierno, en los meses de mayo a agosto del 2016.

Estructuralmente, se diseñó mediante una adaptación de la metodología de Bienestar Autorreportado (BIARE) de INEGI. En total se realizaron 37 preguntas de carácter mixto, es decir contenía interrogantes con opción de respuesta, tanto abiertas y de opción múltiple. La encuesta se dividió en tres segmentos, el primero correspondía a datos generales, el segundo aborda-

ba el tema de bienestar y expectativas de desarrollo y el tercero, se relacionaba la calidad de vida y el turismo.

RESULTADOS

IDENTIFICACIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO

Comundú está ubicado geográficamente en la parte central del Estado de BCS, entre los meridianos $110^{\circ} 52' 07''$ y $112^{\circ} 47' 11''$ al oeste del meridiano de Greenwich y entre los paralelos $23^{\circ} 35' 25''$ y $26^{\circ} 24' 16''$ de latitud norte (véase, figura 1):



Figura 1. Mapa de localización del municipio de Comundú, BCS.

Fuente: Secretaría de Gobernación (SEGOB, 2015).

Tiene como cabecera municipal a Ciudad Constitución, colinda al norte con el municipio de Mulegé, al este con el municipio de Loreto y golfo de California, al oeste con el Océano Pacífico y al sur con el municipio de La Paz. Según datos de INEGI (2010) cuenta 70,816 habitantes, su tasa de crecimiento anual alcanza apenas 1% y se ubica por debajo del promedio del incremento estatal (Gobierno del Estado de Baja California Sur-GOBCS, 2013).

Su principal actividad económica es la agricultura que aporta casi, 100% de la producción de BCS. Así también es el primer productor de carne de bovino, de leche y de huevo. También cuenta con importante volumen de producción pesquera. Asimismo, el desarrollo de la actividad turística, es incipiente y se desarrolla solo en unas cuantas localidades, además, se basa primordialmente en el ecoturismo y actividades relacionadas con la observación de cetáceos. Se le considera como un municipio expulsor derivado del escaso crecimiento económico y la falta de oportunidades de empleo.

Esta situación se refleja en el nivel de marginación que, si bien es bajo, también es el segundo más alto en BCS. En el año 2010, el 5.44% de la población de 15 años o más era analfabeta, del total de ocupantes en viviendas 1.58% no contaban con drenaje ni excusado, 2.08% no contaban con energía eléctrica, 3.2% no poseen agua entubada, 33.62% de las viviendas tenían algún nivel de hacinamiento, 5.42 % de las viviendas tenían piso de tierra, 36.92% de la población ocupada recibía ingresos

de hasta 2 Salarios Mínimos (CONAPO, 2014). Además, según INEGI (2011): 1) De cada 100 personas, 81 tenían derecho a servicios médicos de alguna institución pública o privada, 2) De cada 100 personas, 32 contaban con derecho a servicios médicos del IMSS, 3) De cada 100 personas de 15 años y más, 11 poseían algún grado aprobado en educación superior, 4) De cada 100 personas entre 6 y 11 años, 97 asistían a la escuela, 5) De cada 100 personas entre 15 y 24 años, 98 sabían leer y escribir un recado y 6) De cada 100 personas de 15 años y más, 11 lograron aprobar algún grado en educación superior.

CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

La infraestructura de hospedaje, es pequeña y a nivel estatal representa 3.3 %, la tasa de crecimiento acumulada para el periodo 2000-2014 fue de 73.52 % la cual superó la tendencia estatal. De igual manera, la tasa de crecimiento promedio anual (3.74%), supero ligeramente el promedio (3.46%) observado en BCS (INEGI, 2016; 2006; 2001). Cabe destacar que, en el año 2014, Comundú contaba con 30 establecimientos de hospedaje de los cuales, 28 eran hoteles (seis eran de tres estrellas, tres de dos estrellas y el resto no contaban con categoría definida) y 2 trailers park. Además, posee 557 cuartos y unidades de hospedaje (INEGI, 2016). Se asume que, Comundú no es un destino turístico relevante en el estado de BCS y que, por ello no existen estadísticas institucionales que evidencien la evolución de la afluencia de visitantes, su estadía y

derrama. Únicamente, se localizan cifras de dos de las localidades más visitadas para la realización de actividades ecoturísticas (observación de ballena gris) de tal forma que el periodo 2011-2012 la afluencia de visitantes en Puerto Adolfo López Mateos, alcanzó 14,926 personas y en Puerto San Carlos 3,302 visitantes. Con relación, al origen de los turistas no se encontró información disponible por lo que, se tomaron en cuenta los resultados que arrojaron las encuestas realizadas a los turistas por parte de Ibáñez y Pérez (2017), donde se encontró que, durante la temporada de ballenas llegan a ese puerto, visitantes provenientes de la capital del estado de BCS y de diferentes estados de la República Mexicana como Sinaloa, Michoacán, Veracruz y Guanajuato y pese a que no fue posible encuestas a turistas extranjeros, los prestadores de servicios señalaron que también, reciben visitantes de otros países; principalmente Estadounidenses. Asimismo, se ha estimado una derrama económica durante 2012 en Puerto Adolfo López Mateos, de \$5, 970, 400 (Ibáñez y Pérez, 2017). Por otro lado, con relación a la presencia de establecimientos de preparación y servicios de alimentos y bebidas, en 2014 se documentaron 49 establecimientos de los cuales, 44 son restaurantes y una cafetería. Así también, cuenta sólo con tres agencias de viajes y siete transportadoras turísticas especializadas. No oferta servicios de renta de autos, no tiene campos de golf, centros de convenciones, centros de recreación y balnearios, tampoco posee centros de enseñanza turística, marinas turísticas, muelles de atraque, ni módulos de auxilio turístico (INEGI, 2016).

PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN CON RELACIÓN AL DESARROLLO DEL TURISMO ALTERNATIVO

DATOS GENERALES DE LOS ENTREVISTADOS

La mayoría eran jóvenes que, se encontraban en un rango de edad entre los 18 y 28 años, que representan el 79.17% del total; además, 14.17% entre los 29 y 39 años y el resto tenía más de 50 años de edad.

La mayoría eran de BCS específicamente, de Ciudad Constitución también, se entrevistaron a personas de Sinaloa, Ciudad Insurgentes, Loreto, entre otros.

Con relación al estado civil, 74 % declararon ser solteros, 20 % casados y una pequeña parte eran viudos o divorciados. Asimismo, solo el 34% tienen hijos.

Por otra parte, los gastos familiares mensuales del 30.8% ascienden en promedio de \$3,001 a \$5,000 pesos, el 20.8% percibía de \$1,500 a \$3,000 pesos. 75% de los entrevistados contaban con casa propia y el 25% vivían en casa rentada.

64% del total se encontraba laborando actualmente de los cuales. 56.6% eran empleados de gobierno, 18.87% eran comerciantes, 13.21% profesores, 7.55% empleados de la iniciativa privada, el resto eran pescadores o agricultores. Con relación a la escolaridad de los encuestados, la mayoría (63.3%) contaban con preparatoria terminada y 30% con licenciatura.

BIENESTAR Y EXPECTATIVAS DE DESARROLLO

Actualmente, el 62.50% de los encuestados, califica su nivel de vida como bueno, sólo 11.67% excelente y 1.67% malo, 49.17% señalaron que su nivel de vida actual era mejor en comparación con el hogar donde creció, 46.6% señaló que era similar y sólo 4.17% mencionó que era peor.

Se encontró que 98.33% de los encuestados consideran que actualmente hay mejores oportunidades de educación que las que tuvieron sus padres o quienes lo criaron, de igual forma 94.17% considera que, tiene mejores oportunidades de trabajo en comparación de las que tuvieron sus padres. Sin embargo, 79.17% señaló que, hoy tienen mejores oportunidades de hacerse de un patrimonio en comparación de generaciones anteriores.

Cuando se les preguntó sí ¿les gustaría que sus hijos sigan viviendo en su localidad o ciudad cuando crezcan y formen una familia?, las respuestas fueron variadas, 28.3% de la población le gustaría que sus hijos sigan viviendo en la localidad puesto que, es un lugar muy tranquilo. Sin embargo, 20% opinó que no existían oportunidades de trabajo y una buena parte externó que era decisión de ellos, si buscaban un lugar mejor para vivir.

Al cuestionar, ¿Cómo se imaginaban México en los próximos 10 años?, el 27.50% de los encuestados respondieron que México estará algo peor, 22.50% un poco mejor, 17.5% igual como está ahora, 14.17% Mucho peor, algo mejor y 6.67% no tenía ni la menor idea. Pese a las res-

puestas de la pregunta anterior, el 50% de los encuestados, consideraron que su localidad será un poco mejor en 10 años posteriores y 21.67% comentó que estará mucho mejor a cómo estará ahora. También, se indagó sobre como influía en el bienestar personal, la situación que guarda actualmente el país y las respuestas, fueron diversas, por ejemplo: 17.5% consideró que hay una relación mutua entre su bienestar personal y el nacional. Asimismo, 26.67% asignaron una calificación de ocho a la relación entre las dos escalas de bienestar. Así también, se preguntó –en escala del 1 al 10- qué tanto dependía de ellos, que le fuera bien en este y el próximo año, al respecto 41.67% asignaron una calificación de 10, 19.17% evaluaron con nueve y 21.67% lo calificaron con ocho.

OPINIONES SOBRE EL TURISMO

Con la primera pregunta se identificaron las frases que los entrevistados asociaban, al escuchar la palabra turismo. La mayor parte mencionó: *“Hoteles, viajes, vacaciones, extranjeros, dinero, economía, playa y una pequeña parte la relación con desarrollo, infraestructura y más población”*.

Cuando, se cuestionó a los entrevistados si laboraban o realizaban una actividad relacionada con el turismo, ninguno declaró dedicarse directamente a esa actividad y la mayoría, señaló que como turista solo, sale a conocer otros lugares, visita la playa, realiza actividades de pesca, buceo y como turistas dejan derraman económica en otros sitios.

Además, 32.3% conoce algunos de los atractivos turísticos de su ciudad o localidad; tal es el caso del avistamiento de la ballena gris en el puerto de Adolfo López Mateos, 21% las playas, 14.1% el avistamiento de aves, 9.7% museos. No obstante, el 22.5% de los encuestados consideran que la actividad turística no juega un papel relevante dentro del desarrollo económico de su ciudad o comunidad. En contraste otro 25% señaló que es importante pues deja una derrama económica relevante, 12.5% expresó que deja derrama económica, 10% expresó que el turismo ayuda al desarrollo del pueblo, 10% mencionó que las personas que laboran en esa actividad tienen mejores ganancias.

De igual forma, el 50% de los encuestados declararon que se beneficia indirectamente del turismo y el 15.78% respondió que, no depende del turismo.

Por otro lado, 18.18% de las personas encuestadas piensan que, a sus hijos les darán la opción de decidir lo que quieran estudiar, mientras que, 16.36% respondieron que sí les gustaría que estudiaran turismo para que tengan la oportunidad de conocer otros lugares. En contraste, 12.7% señalaron que no consideran que el turismo sea muy redituable y 14.5% señalaron que, el municipio no es turístico, 12.7% señaló que hay mejores opciones.

De manera global, la mayor parte no visualiza al turismo como una opción en la que sus hijos puedan laborar. Por otra parte, de manera generalizada, se coincidió en que, no existe personal capacitado para atender a los visitantes esto, por di-

versos motivos, por ejemplo: 20% respondió que, en su comunidad hay poco turismo, 17.7% reconoce que no hay personal capacitado para atender al turista, 15.6% no se maneja el turismo, 15.6% dado que, no cuentan con estudios, 15.6% porque, la población local no sabe el idioma inglés. Sólo 13% señaló que cualquiera puede realizar labores dentro del turismo y 11% opinó que sí había gente capacitada.

Con relación a la existencia de infraestructura apta para la recepción de visitantes, la mayoría de las personas respondieron que, no hay infraestructura para atender al turista. El 35.3% opinó que era inadecuada, 27.5% que hacía falta además de que nadie apuesta en Comundú para detonar algún desarrollo turístico. Una pequeña parte, señaló que sí había gran cantidad de hoteles (17.6%), 11.8% opinó que faltaba traer más visitantes.

Con respecto a la posible realización de nuevos proyectos turísticos, 24.28% respondió que, estaría de acuerdo con que se efectuaran ya que, generarían fuentes de empleo en la comunidad en donde viven, 22.9% por que ayudaría a crear más derrama económica, 20% mencionó que derivaría en mayor crecimiento económico, 18.6% abriría mucho desarrollo en la ciudad y 14.3% también, estaría de acuerdo siempre que se respetará el medio ambiente. Mientras que, el 49.17% respondió que, sí en los próximos 10 años, se desarrollarán proyectos turísticos, la comunidad donde viven sería un poco mejor en comparación de cómo está en la actualidad, 39.17% mucho mejor que como está ahora, 6.67% respondió que algo mejor,

3.33% algo peor y el resto dijo no tener idea.

Con respecto, a que piensa la población en relación a que, en un futuro su ciudad o comunidad siga siendo considerado como un sitio atractivo para los turistas, 30.35% respondió que, le gustaría que su ciudad se considerará como un sitio atractivo ya que, se generarían mejores empleos, 23.2% señaló que incrementarían los ingresos, 14.3% repercutiría positivamente en un crecimiento de la ciudad, 16.1% por que la ciudad sería más conocida, 7.1.% está de acuerdo ya que, el municipio de Comundú tiene potencial. Sólo el 8.9% no se mostró de acuerdo ya que, piensan que los negocios locales cerrarían. Cuando se cuestionó sobre los impactos negativos que la actividad turística local, pudiera estar causando al entorno, a la flora y fauna, la mayoría coincidió que “no”; pues, el 32.35% respondió que no hay actividades turísticas en la ciudad que contribuyan a destruir la flora y fauna, 14.7% señaló que todas las actividades turísticas se efectúan de acuerdo a leyes establecidas. Llamó la atención que, el 23.53% opinó que sí se dañaba la flora y la fauna pues, hay turistas inconscientes que generaban afectaciones. Sobre otras opciones diferentes, al turismo, la agricultura y la ganadería, que puedan generar ingresos, la mayoría respondió que la pesca sería una buena alternativa, seguido de un 21.66% que contestó que las plazas comerciales serían otra opción también, se mencionó la posibilidad de introducir industrias y más educación, entre otros.

Asimismo, se les preguntó si han escuchado del turismo alternativo y todos respondieron que sí. Además, el 25.45% señaló que, tenía que ver con la ecología, 19% con actividades relacionadas con el contacto con la naturaleza, 14.3% contestaron que tenía que ver con el ecoturismo, 11.1% con actividades que no dañaran el ambiente, 9% con actividades a campo abierto y 14.3% mencionó que se relacionaba con el agroturismo.

Del mismo modo, cuando se cuestionó en relación a la existencia de sitios con potencial para realizar actividades relacionadas con el turismo alternativo, poco más del 50% respondió que existen diversos sitios; por ejemplo, el 24.44% señalaron que, en estos se puede realizar avistamiento de ballena gris ya que, es la actividad que más se relaciona con el turismo alternativo, 20% mencionó paseos a caballo y visitas a ranchos, también se consideraron actividades como la pesca (22%), las visitas a las playas (17.8%). En síntesis, las actividades relacionadas con el turismo alternativo que según los encuestados se pueden realizar en la comunidad son: A) En agua: buceo con un 7.28% y kayak con el 6.47%, B) En tierra: camping con el 9.31% paseos a caballo con el 8.50% y visitas a ranchos con el 7.69% y C) En aire: vuelo en globo 3.23%, vuelo en tándem 4.45% y bunge con el 2.49%.

Finalmente, se partió de una situación hipotética y se les preguntó a los encuestados, cómo se imaginarían a la ciudad o comunidad donde vive en los próximos 10 años, en caso de que, se aprobaran y desarrollaran nuevos proyectos vincula-

dos al turismo alternativo y con relación a ello, el 56.67% que respondieron la encuesta coincidieron que se imaginan que, la comunidad en donde vive actualmente, en los próximos 10 años será mucho mejor, 30.83% respondió que, será un poco mejor, 5% señaló que será igual a como está ahora, 3.3% será algo peor y 2.5% no tenía idea.

DISCUSIÓN

Esta investigación se centró en el análisis de la percepción de un municipio con relación al desarrollo de actividades de turismo de naturaleza; en especial, de turismo rural. Sin embargo, antes de profundizar en la comparación de los hallazgos con otras investigaciones, es importante recalcar que tanto la modalidad tradicional como la alternativa (o de naturaleza), son objeto de duras críticas con relación a sus supuestos beneficios. Con relación a ello, Ashley y Goodwin (2007:2) señalan que:

“Las recientes estrategias para la reducción de la pobreza destacan cada vez más el turismo, y las nuevas políticas de turismo incluyen compromisos para aprovechar el turismo en la reducción de la pobreza – no sólo para generar divisas... Los profesionales de turismo necesitan responder a esta nueva oportunidad, con enfoques robustos y resultados comprobados. Esto significará tomar acciones prácticas a nivel de destino local que combine competitividad, vínculos comerciales, y crecimiento con nuevas oportunidades de empleo, microempresas e impactos positivos demostrables en las vidas de la gente pobre”

Por otra parte, en el estudio realizado por Gutiérrez *et al.*, (2014), se analiza, la situación de la pobreza y las acciones que están acometiendo para su reducción, prestando una atención especial al turismo, además, presentan una revisión crítica de 80 artículos. En su estudio, los autores concluyen que:

*“El turismo comunitario, turismo de naturaleza y ecoturismo parecen ser los productos turísticos que mayor interés despiertan entre los investigadores en turismo y alivio de la pobreza. No obstante, casi la mitad de los mismos estudian las posibilidades del turismo en general como instrumento para el alivio de la pobreza) Concretamente, los estudios de caso y las entrevistas/encuestas se presentan como los instrumentos básicos de recogida de información, seguidas por la observación y las dinámicas de grupo. De manera algo sorprendente las principales fuentes de información utilizadas se refieren a agentes del sector turístico, en vez de otros agentes que podrían ser también interesantes como la comunidad local, o bien expertos implicados en ONG o responsables y trabajadores sociales vinculados a actividades y proyectos de cooperación y alivio de la pobreza. Siguiendo a Sánchez *et al.*, (2014), para asegurar el éxito de planes de desarrollo turístico en cualquier área geográfica es vital tener en cuenta las actitudes y percepciones de diversos grupos de agentes interesados o afectados -especialmente las comunidades locales y los residentes- respecto al impacto económico, socio-cultural y ambiental de dicho desarrollo turístico, diversidad de la que carecen la mayor parte de las investigaciones incluidas en nuestro análisis” (Gutiérrez *et al.*, 2014: 114).*

Del mismo modo, Mendoza *et al.*, (2015), al identificar la contribución del turismo en los ingresos de las unidades familiares de una comunidad de la Reserva de la Biosfera de la Mariposa Monarca, encontraron que los ingresos por la actividad turística eran marginales y únicamente beneficiaban a los dueños de los bosques, lo que generaba mayores desequilibrios socioeconómicos en la población ante las promesas incumplidas del turismo.

Por otra parte, con relación a estudios relacionados la percepción que tienen las personas respecto a su calidad de vida y el turismo, el trabajo de Espinoza *et al.*, (2010) sobre la comunidad de Chacala, localizada en el estado de Nayarit, encontraron que la comunidad percibía al turismo como una actividad económica que le brinda oportunidades de crecimiento y desarrollo personal y colectivo, ya que generaba fuentes de empleo para las familias de la localidad, a la vez que ayudaba a que la infraestructura carretera se encontrara en buen estado.

De igual manera, se han documentado los casos exitosos de desarrollo local basados en el turismo, uno de ellos fue presentado por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT, 2006) a través de un estudio donde se buscó desarrollar un proyecto de ecoturismo comunitario en Ejido Boca de Chajul localizado en la parte sur de la selva Lacandona, municipio de Marqués de Comillas Chiapas, México. A la fecha, la afluencia al lugar ha crecido de manera importante en los últimos cinco años y ha generado fuente de empleo para los locales (SEMARNAT, 2006).

Con base en lo anterior, se parecía que a nivel general existen distintas posturas y percepciones sobre los beneficios del turismo incluso, del propio turismo de naturaleza.

Centrándose en el estudio realizado en esta investigación, los resultados indican que, en general, la sociedad está de acuerdo en que los turistas lleguen a dicha ciudad ya que dejan una derrama económica en la localidad, además, consideran que el turismo es una actividad viable, parte importante de la población está de acuerdo con su implementación y buena parte, se siente preparada para colaborar dentro de una empresa turística. Sin embargo, tal como lo expresan es necesario una capacitación constante. Los resultados anteriores, contrastan con hallazgos de otras investigaciones tal es el caso de Gutiérrez *et al.*, (2013), donde se encontró en los casos de San Miguel y San José de Comundú que, no existe interés en el desarrollo turístico en virtud de que este atraería problemáticas como el aumento de la delincuencia, contaminación e invariablemente afectaría el clima de tranquilidad que se vive en esas dos localidades.

Por otra parte, la investigación aquí presentada (de naturaleza exploratoria y de alcance municipal) arrojó como principal hallazgo la existencia de disponibilidad de la población para el desarrollo de actividades de turismo de naturaleza y de turismo rural, no obstante, como se mencionó en la revisión de literatura se encontraron evidencias sobre el poco interés en desarrollo turístico por parte de algunas comunidades, incluso del mismo municipio. En este sentido, se recomienda generar líneas de

investigación por localidad a fin de identificar elementos asociados a la cultura turística y a la opinión de las comunidades en donde, se percibe potencialidad.

CONCLUSIONES

El municipio de Comundú, está representada por un área geográfica con muchos matices, cuenta con atractivos naturales y culturales que pueden ofrecer a sus visitantes grandes experiencias y tranquilidad absoluta. Sin embargo, pese a la presentación de tales atributos presenta un pobre desarrollo turístico y poca oferta de hospedaje. Asimismo, se encontró que uno de los principales límites que presenta económicamente hablando, es que no hay una empresa encargada de atraer y retener a los turistas para que estos permanezcan más tiempo. Por ello, ciudades como Ciudad de Constitución se convierten en un punto de paso donde las personas solo cubren sus necesidades básicas y se retiran a su destino vacacional.

Tomando en consideración lo anterior, dentro de esta investigación se identificó la percepción social del potencial del turismo de naturaleza y el turismo rural en el municipio de Comundú, para ello se realizaron encuestas para conocer la opinión de la población en general y sus principales hallazgos apuntaron a que en general, la sociedad está de acuerdo en que los turistas lleguen a dicha ciudad ya que dejan una derrama económica.

Consideran que el turismo es una actividad viable, parte importante de la población está de acuerdo con su implementación,

pero no existe personal suficientemente capacitado para colaborar en empresas turísticas. A la par, la idea de que, llegue alguna empresa con grandes recursos a querer invertir en dicha localidad les causa un poco de temor, pues piensan que las empresas locales desaparecerían por no poder competir con una más grande. En general, la percepción de los habitantes del municipio de Comundú, en relación a los beneficios del turismo alternativo; es mayoritariamente positiva, puesto que, los encuestados concordaron en que, el turismo es una buena opción para la localidad ya que, dejan una importante derrama económica. Así también, los encuestados, coincidieron en que, hay actividades turísticas factibles de potencializar y pueden generar una mayor derrama económica, tal es el caso: 1) Avistamiento de ballena gris en el Puerto de Adolfo López Mateos, 2) Actividades de aventura, en la localidad de San Juanico donde se realizan diferentes tipos de actividades acuáticas, 3) Turismo rural, en rancherías, oasis y misiones, donde se pudieran organizar visitas para poder conocer la vida y los diferentes tipos de productos que elaboran los rancheros. Importante recalcar que, además del turismo, los encuestados enfatizaron en que, existen otras opciones productivas, que se consideran viables en términos económicos; tal el caso de la pesca puesto que, ese parte del estado tiene un extenso litoral por el lado del océano pacífico, por esta razón la pesca sería una buena opción para la economía del municipio se podría obtener una amplia gama de productos marítimos de peces y mariscos, para distribuirla por las localidades cercanas a la ciudad de constitución, vendiendo más barato que mercados extranjeros y con el

producto más sano y fresco; así también, se mencionó que la actividad comercial, es otra opción a reconsiderar.

Por otra parte se encontró como aspecto favorable que, existen algunos puntos de turismo establecidos como, Adolfo López Mateos, Puerto San Carlos, La Purísima, San Javier y San Juanico, que tienen una considerable afluencia turística no obstante, a la par existen serias debilidades por ejemplo, la ubicación del municipio y de sus principales sitios turísticos, es distante y lejanas a la capital del estado y al destino de Los Cabos; donde concurren la mayor afluencia de visitantes que arriban a BCS.

Con base en los resultados arrojados en este estudio, es posible argumentar que la hipótesis planteada al inicio de nuestra investigación es verdadera, en virtud de que, los encuestados identificaron el potencial para el desarrollo de actividades de turismo de naturaleza y rural y que, por cierto, está asociado a la presencia de una gran cantidad de atractivos que, a la fecha no han sido aprovechados en su totalidad y que sin duda, pueden constituir una fuente de ingresos alternativa para la población local.

Por otra parte, cabe resaltar que la principal aportación se este trabajo, estriba en la generación de información sobre la opinión de la población con respecto al turismo, sobre las aspiraciones sobre la calidad de vida que los pobladores desean para su comunidad, sobre las principales fortalezas y debilidades que se presentan en relación al desarrollo turístico. Lo anterior, puede ser tomado como referente para el esta-

blecimiento de medidas que lleven paulatinamente a mejorar el aprovechamiento turístico de los atractivos del municipio estudiado.

En este sentido, a fin de contribuir con una mayor afluencia turística en el Municipio de Comondú, se recomienda gestionar apoyos del gobierno para (Ibáñez y Cabañas, 2016; Cabañas, 2016): 1) Construcción y reparación de infraestructura, 2) Mejorar los caminos que llevan a diferentes puntos de potencial turístico, 3) Realizar mayor publicidad en cuanto a las actividades recreativas alternativas que se pueden realizar, 4) Orientar a los pobladores sobre la importancia que tiene el turismo no solo para su comunidad sino para todo el estado de BCS y 5) Implementación de programas de capacitación y certificación turística.

Finalmente, con base en los hallazgos, la revisión de la literatura y considerando el alcance y naturaleza de este estudio, se recomienda generar líneas de investigación a nivel comunidad a fin de identificar elementos asociados a la cultura turística y a la percepción de las comunidades. Lo anterior, permitirá generar información para planificar adecuadamente los esfuerzos en materia turística, de tal forma que se garantice el consenso y la participación de los locales en el desarrollo de actividades de turismo naturaleza. En particular, en el contexto rural, toda vez que el capital social de las comunidades constituye un elemento clave para alcanzar un desarrollo exitoso.

BIBLIOGRAFÍA

- Ashley, C. Y Goodwin, H. (2007). “Turismo pro-pobre” – ¿Qué ha ido bien y qué ha ido mal?. *Desarrollo de Ultramar (Overseas Development Institute - ODI)*. Recuperado de <http://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/142.pdf>
- Bell, S. Y Morse, S. (2003). *Measuring sustainability: learning from doing*. London: Earthscan.
- Bringas, N. (1999). Políticas de desarrollo turístico en dos zonas costeras del pacífico mexicano. *Región y Sociedad*, 11 (17): 3-51.
- CB (1987). *Nuestro futuro común, informe de la Comisión del mundo en el ambiente y desarrollo*. Estocolmo, Suecia: Comisión del Mundo en Environment y Development y Asamblea General, Desarrollo y Cooperación Internacional.
- Cabañas, R. (2016). *Percepción del potencial de desarrollo de actividades de turismo alternativo en el municipio de Comondú Baja California Sur* (Tesis de Licenciatura). Universidad Autónoma de Baja California Sur, México.
- CONAPO (2014). *Indicadores y proyecciones de la población: resultados por municipio*. Recuperado de <http://www.conapo.gob.mx>
- Díaz, R. Y Escárcega, S. (2009). *Desarrollo Sustentable: Oportunidad para la vida*. México: McGrawHill.
- Espinoza, R.; Chávez, R.; Andrade, E.; Gómez, T. Y Ramírez, M. (2010). “Un Trinomio perfecto” basado en: Turismo, desarrollo sustentable y calidad de vida para el desarrollo comunitario de Chacala Nayarit, México. *Turismo y desarrollo local*, 3 (8): 1-12.
- GOBCS (2013). *Documento estratégico del municipio de Comundú, 2013*. Recuperado de <http://spyde.bcs.gob.mx/files/die/estrategicocomondú-2013digital.pdf>
- González, M. Y León, C. (2010). *Turismo sostenible y bienestar social*. España: Erasmus ediciones, pp. 171-199.
- Gutiérrez, F.; Medina, D. Y Muñoz, R. (2014). Turismo y alivio de la pobreza: una revisión de la literatura académica. *Tourism & Management Studies*, 10 (2): 104-115.
- Gutiérrez, M.; Vázquez, E. Y Gámez, A. (2013). *Aprovechamiento de la riqueza natural y cultural San José y San Miguel de Comundú, BCS: Análisis del potencial turístico*. En Gámez, Alba (Coordinadora). “Opciones de desarrollo en los oasis de los Comundú”, pp.225-270. México: Instituto Sudecaliforniano de Cultura, UABCS y Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
- Hermosilla, J. Y Iranzo, E. (2003). *El Desarrollo local en Cortes de Pallas, teoría y práctica*. España: Universidad de Valencia, Pág. 11.
- Hernández, R.; Fernández, C. Y Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.

- Hernández, R.; Fernández, C. Y Baptista, M. (2001). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill, pp. 52-134.
- Ibáñez, R. (2011). Crecimiento económico, desarrollo sustentable y turismo: Una aproximación del posicionamiento de Baja California Sur (BCS) en el Barómetro de Sustentabilidad. *El Periplo Sustentable*, 20: 75-118.
- Ibáñez, R. (2016). Capacidad de carga turística para el manejo sustentable de actividades ecoturísticas en Unidades de Manejo Ambiental (UMA) de Baja California Sur. *El Periplo Sustentable*, 30: 37-76.
- Ibáñez, R. Y Cabañas, R. (2016). *Percepción del potencial de desarrollo de actividades de turismo alternativo Comundú, Baja California Sur*. Sexto congreso de economía y turismo, 2016. Universidad de Querétaro: México.
- Ibáñez, R. Y Cabrera, C. (2011). *Teoría General del Turismo: Un enfoque global y nacional*. México: Universidad Autónoma de Baja California Sur.
- Ibáñez, R. Y Olmos, E. (2015). "Percepción comunitaria y potencial ecoturístico en una unidad de manejo ambiental". En: Mendieta, Angelica. (Coordinadora). ¿Legitimidad o reconocimiento? las investigadoras del SNI. Retos y propuestas, pp. 611-618. Ediciones La Biblioteca: México.
- Ibáñez, R. Y Pérez, K. (2017). *Educación ambiental y calidad en el servicio en empresas ecoturísticas especializadas en avistamiento de cetáceos*. En: aportaciones de mujeres mexicanas a la ciencia. Perspectivas multidisciplinares, Coordinado por García M. y C. Islas, pp. 125-156. Universidad de Guadalajara y Benemérita Universidad Autónoma de Puebla: México.
- INEGI (2016). *Anuario estadístico de Baja California Sur, 2015*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía: Aguascalientes, México.
- INEGI (2011). *Panorama demográfico de Baja California Sur*. Recuperado de http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/panora_socio/bcs/panorama_bcs.pdf
- INEGI (2010). *Censo de población y vivienda, 2010*. Resultados ampliados por localidad. Instituto Nacional de Estadística y Geografía: México.
- INEGI (2006). *Anuario estadístico de Baja California Sur, 2006*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía: Aguascalientes, México.
- INEGI (2001). *Anuario estadístico de Baja California Sur, 2001*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía: Aguascalientes, México.
- Mendoza, M.; Figueroa, E. Y Godínez, L. (2015). Turismo comunitario pro-pobre en el ejido El Rosario, Reserva de la Biosfera de la Mariposa Monarca. *El Periplo Sustentable*, 29: 92-119.
- Rivera, J.; Arellano, R. Y Molero, V.

- (2009). *Conducta del consumidor: Estrategias y políticas aplicadas al Marketing*. Madrid, España: ESIC Editorial, pp. 95-396.
- Ros, J. (2004). *La teoría del desarrollo y la economía del crecimiento*. México: Fondo de Cultura Económica y Centro de Investigación y Docencia Económica.
- Sánchez, S. ; Nuñez, J. Y Fuentes, F. (2014). Local residents' attitudes towards the impact of tourism development in Cape Verde. *Tourism & Management Studies*, 10 (1): 87-96.
- SEGOB (2015)**. Enciclopedia de los municipios de México: Baja California Sur. Recuperado en <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/emm03bajacaliforniasur/index.html>
- SECTUR (2006). *Turismo de naturaleza: retos y oportunidades, Dirección de Desarrollo de Turismo Alternativo*. Secretaría de Turismo: México.
- SECTUR (2004). *Turismo alternativo, una nueva forma de hacer turismo, Fascículos de turismo*. Secretaría de Turismo: México.
- SEMARNAT (2006). Introducción al ecoturismo comunitario. Recuperado en <http://www.inecc.gob.mx/descargas/publicaciones/578.pdf>.
- Zavala, L. Y Jiménez, A. (2012). Memoria del 8° Encuentro Nacional sobre Empoderamiento Femenino. México: Universidad de Hidalgo.



**DIAGNÓSTICO SOCIO-PRODUCTIVO E INVENTARIO DE RECURSOS
PARA EL DISEÑO DE UNA RUTA AGROALIMENTARIA COMO
HERRAMIENTA DE REVALORIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL
PULQUE EN EL MUNICIPIO DE JIQUIPILCO ESTADO DE MÉXICO**

Minerva Peralta Escobar
Rebeca Osorio González
Gerardo Novo Espinosa de los Monteros
Héctor Javier Favila Cisneros

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo general diseñar una ruta agroalimentaria como herramienta de valorización y comercialización del pulque en el municipio de Jiquipilco, teniendo como objetivos específicos: describir la situación socio-productiva que presentan los integrantes de la asociación de producción rural “Productores de aguamiel y sus derivados del Agave Salmiana”, Sociedad Cooperativa de R.L. de C.V y elaborar un inventario del patrimonio natural y cultural de los recursos con los que cuenta la asociación, así como describir la situación turística del municipio, con la finalidad de presentar una propuesta de ruta agroalimentaria.

La investigación deviene de un Trabajo Terminal de Grado de la Maestría en Agroindustria Rural, Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario del Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales de la Universidad Autónoma del Estado de México, por cuestiones de tiempo y del cronograma de actividades previstos para la investigación, en el presente documento solo se muestran los primeros resultados de los objetivos particulares planteados para el diseño de la ruta agroalimentaria del pulque en Jiquipilco Estado de México, ya que la investigación aún esta en desarrollo y por lo tanto el

diseño final de la ruta sigue pendiente. El diseño de la ruta agroalimentaria tiene como fin valorizar el pulque como producto agroalimentario y apoyar en su promoción y comercialización, así como abonar a la diversificación de la oferta turística en el territorio a través de los socios de la Cooperativa, ya que la principal problemática es que los productores no cuentan con un medio fijo para la venta de la bebida y de los productos derivados, y esto desencadena una serie de problemáticas que repercuten en la comercialización, rescate y revalorización de la bebida.

El trabajo se desarrolla en cinco apartados, en un primer momento se presenta una aproximación al turismo rural y agroalimentario, las rutas agroalimentarias y las consideraciones que deben de tomar en cuenta para su diseño, además de una reflexión acerca del turismo como herramienta de valorización de los alimentos locales, el alimento como identidad local o el alimento como parte de un producto turístico.

El apartado subsecuente, presenta el caso de estudio específicamente del municipio de Jiquipilco Estado de México y la Sociedad Cooperativa de Productores de Aguamiel y Derivados del Agave Salmiana R.L. de C.V.; abordando la descripción de la cooperativa con el fin de presentar la problemática que se ha identificado en cuanto a la producción, comercialización y valorización del pulque, dentro de la organización de los productores.

Siguiendo con el orden de ideas, en el apartado metodológico, se muestra la metodología empleada para dicha investigación, de tal modo que se presentan las fases, métodos, técnicas y herramientas empleadas para la obtención de la información y los pasos que se están llevando a cabo para el diseño de la ruta. Finalmente se presenta el apartado de discusión y conclusiones.

TURISMO RURAL Y AGROTURISMO

El turismo rural en México es “un tema relativamente reciente en su investigación y análisis, debido a que su desarrollo en América Latina y México se presenta con la inserción, en la década de 1990, de la política económica neoliberal denominada Nueva Ruralidad-diversificación de actividades económicas en el medio rural- tendientes a una terciarización del campo, principalmente hacia las actividades turísticas (Pérez, 2004 en Palafox y Martínez, 2015; Rosas, 2013 y Monterroso y Zizumbo, 2009 en Osorio, Hernández y Zizumbo, 2019), donde para el contexto mexicano se implementa en el marco de la firma y entrada del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)” (Osorio, Hernández y Zizumbo, 2019).

Este tipo de turismo surge como una alternativa para el desarrollo de las áreas rurales, con la finalidad de diversificar las actividades del campo y de revalorizar los recursos naturales, culturales y sociales de un territorio, con el objetivo de mejorar las condiciones de vida del mundo rural

por medio de la creación de nuevas fuentes de empleo y de ingreso para las comunidades, así como mitigar problemas sociales como la pobreza, marginación y migración.

El turismo rural se vale de los recursos con los que cuenta el medio rural, a partir del patrimonio natural, histórico-cultural, arquitectónico, gastronómico que sean fuente para despertar el interés de las personas del medio urbano (ciudad) y que además deseen invertir parte de su tiempo libre y recursos económicos para reencontrarse con sus orígenes o simplemente explorar formas o lugares nuevos para vacacionar, que se encuentran fuera de su vida habitual acercándose a la naturaleza y a lo auténtico.

En este marco el turismo rural tiene diferentes variantes o tipologías, una de ellas es el agroturismo, esta modalidad permite ofrecer al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa los procesos de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias, culminando con la degustación de los productos (Blanco y Hernando, 2005). Ejemplos concretos de agroturismo se muestran en la participación de la recolecta de café o de otras frutas, ordeñar manualmente una vaca, participar de un proceso de elaboración de panela (tapa de dulce) o de un queso, conocer y participar las prácticas que se llevan a cabo en un vivero de plantas ornamentales (Paredes 1998 en Blanco y Hernando, 2005) así como la participación activa desde la siembra, cosecha y transformación del producto agroalimentario.

Es así que el agroturismo, se vuelve una forma de venta de productos típicos, una manera de disfrutar el paisaje y de un ambiente con recursos naturales no contaminados. En esta modalidad de turismo rural, el incluir actividades de recreación, se presenta como una oportunidad que garantiza ingresos interesantes a los pequeños productores.

Sin embargo, en este escenario dichos elementos deben ser articulados para un adecuado aprovechamiento y comercialización del producto agroalimentario. En este marco es donde aparecen las rutas alimentarias como un producto integrador.

RUTAS ALIMENTARIAS

Las rutas alimentarias han tenido trascendencia y una amplia difusión en Europa, principalmente en países como Francia, Italia y España, siendo Francia el país líder en el desarrollo de estrategias turísticas en el medio rural, por medio de la incorporación de los alimentos al ámbito turístico, desarrollando rutas gastronómicas (Barrera 2006 y 2010 citado en Sosa & Araiza, 2013).

En América Latina, Argentina ha sido uno de los principales países que ha desarrollado las rutas alimentarias a partir de alimentos locales (Blanco y Hernando 2005), así como Colombia, Chile, Costa Rica, México y Estados Unidos, de tal modo que los alimentos con identidad local que se asocian a un territorio en particular y que además por su consumo y producción constituyen para Barrera y

Bringas (2012), los recursos que dan fundamento a las rutas alimentarias.

Las rutas alimentarias o agroalimentarias han sido visualizadas desde diferentes ángulos: algunas desde el aspecto cultural y patrimonial de los alimentos; otras como un producto turístico para diversificar la oferta de un territorio; como una estrategia de desarrollo; así como un medio de valorización de los productos locales o bien un medio para articular cadenas de producción agroalimentaria y gastronomía local, en espacios rurales.

Una primera aproximación refiere que las rutas alimentarias son entendidas como modalidades del turismo rural vistas como un producto turístico novedoso, centrados en un alimento que tienen como finalidad construir y ampliar la oferta turística en los territorios rurales, pero también de valorizar y posicionar los alimentos más emblemáticos del mismo (Barrera y Bringas 2012).

Desde otra óptica para Blanco y Riveros (2005) y Osorio, Serrano y Echeverría (2016) estas rutas alimentarias son itinerarios turísticos donde se combinan producciones agroindustriales y gastronomía regional, recursos naturales y atractivos históricos y culturales de un determinado territorio, las cuales se organizan en torno a un producto clave que las caracteriza y les otorga su nombre.

Para Renard, Marie & Thomé (2010) se definen bajo un concepto similar al anterior, haciendo una conjugación del valor patrimonial de los alimentos así como la

acción colectiva entre diversos actores locales, los autores mencionan que las rutas alimentarias son un mecanismo de interpretación turística para los recursos agroalimentarios, a través del valor patrimonial de algún alimento local con respecto al resto de los atractivos, de tal modo que estas se vuelven un incentivo al desarrollo de la acción colectiva y requieren de la colaboración entre actores diversos, como los agricultores, hoteleros, transportistas, agencias de turismo u otros.

Sin embargo, Barrera (2009 y 2010 citado en Sosa y Araiza, 2013) agrega que las rutas alimentarias son un vínculo entre la producción primaria y la actividad turística, donde los alimentos más emblemáticos o típicos de cada región constituyen un recurso turístico en los cuales a su alrededor se conforma un entramado social y una cultura de producción y consumo, que es muy atractivo para los visitantes.

De las anteriores definiciones, son diversos los elementos que retoma cada autor para la conceptualización de las rutas alimentarias, sin embargo, todos ellos concuerdan en que los alimentos locales que son emblemáticos de un territorio se vuelven un motor de atracción de visitantes, donde a su alrededor se teje una serie de cadenas productivas que colaboran entre sí.

En este sentido para Elías Pastor (2006) en Jeambey (2016), la estructura de una ruta turística, como oferta ordenada y completa, ha de destacar claramente: el producto estrella que tematiza la ruta y alrededor del cual se desarrollan unas

actividades especializadas; los servicios logísticos necesarios para atender a las necesidades del turista y finalmente, las actividades complementarias que diversifican la oferta y ofrecen alternativas que se adaptan a los gustos de diversos visitantes (Barrera 2012; Jeambey, 2016).

Para con ello cumplir una serie de objetivos que las rutas alimentarias traen inmersas en su diseño. En este sentido Barrera, (2012) menciona que el objetivo primordial que debe cumplir una ruta alimentaria es el de promover el desarrollo territorial, y con ello otra serie de objetivos, tales como: valorizar los alimentos del territorio; estimular el desarrollo de distintivos de calidad (Denominación de Origen, Indicaciones Geográficas, productos orgánicos, entre otros); promover la mejora continua de la calidad de los alimentos del territorio; promover la cultura gastronómica local y nacional a través de las expresiones culinarias regionales; diversificar la oferta turística y prolongar la estancia y gasto de los turistas.

A la par comentar que estos objetivos deben de estar presentes al momento del diseño, integración y puesta en marcha de una ruta alimentaria.

CONSIDERACIONES PARA INTEGRAR UNA RUTA

En este sentido Sosa y Araiza (2013) retoman a Bringas (2010), enuncian que dentro de los elementos propuestos para la construcción de una ruta alimentaria regional se debe de incluir lo siguiente: el alimento identitario, consistente con la

región, o una canasta de alimentos que dan soporte a la ruta; un contexto cultural inserto de manera indisoluble, que distingue e identifica a la ruta a través de sus diferentes manifestaciones (patrimonio cultural intangible [historias, memorias, costumbres, tradiciones, religión, lenguas, creencias, ritos, mitos, medicina tradicional, música, poesía] y patrimonio cultural tangible [artes plásticas, escultura, patrimonio arquitectónico, patrimonio arqueológico, patrimonio paleontológico, obra escrita]); un área geográfica delimitada; organizaciones públicas y privadas que apoyen la ruta; productores del sector primario; el sector productivo de alimentos, artesanías o suvenires; industrias del sector turístico (hotelería, gastronomía, transporte y agentes turísticos diversos); empresas de servicios turísticos complementarios; asociativismo, calidad, capacitación y desarrollo de marcas y denominaciones de origen.

TURISMO COMO HERRAMIENTA DE VALORIZACIÓN DE LOS ALIMENTOS LOCALES

A partir de lo anterior y teniendo en cuenta que los alimentos se vuelven un recurso en sí, estos se pueden vincular con el turismo para su aprovechamiento, por lo tanto, esta actividad se puede considerar una herramienta de valorización de dichos alimentos locales o con identidad territorial.

Dentro de esta perspectiva Marianelli (2013), menciona que el estudio de los alimentos a partir de la actividad turística, parte a través de tres dimensiones diferentes:

La primera hace referencia a la identidad local donde el alimento es visto como un factor identitario de pueblos y culturas.

En este enfoque es necesario que al alimento se le visualice más allá de un recurso, producto o destino focalizando la atención en la persona y sociedad local. Por tanto, y a partir del concepto enunciado anteriormente, puede afirmarse que la identidad de un alimento refiere a la personalidad del mismo construida por los habitantes de la región que representa, siendo el conjunto de atributos y características del alimento con los cuáles la comunidad se identifica. A partir de aquí, puede analizarse el vínculo entre el turismo y los alimentos desde la óptica que la relaciona con su potencial de unificador temático, a partir de ser un marcador de identidad.

Por ejemplo, el municipio de Aculco en el Estado de México, es reconocido por su importante tradición de producción lechera y quesera, siendo los quesos artesanales el alimento emblema que le da identidad al territorio, ya que su producción proviene de un saber hacer histórico, un arraigo cultural fuerte y su producción sigue siendo artesanal (Pescador, 2012). Por ese motivo y el prestigio que los quesos le dan al territorio, estos han sido movilizados de personas que visitan el municipio, pero además hacen consumo de los mismos.

En el segundo punto, en la dimensión comercial, el alimento es visua-

lizado como parte de un producto turístico. El cual implica considerar a los alimentos como parte integrante de un producto turístico, es decir el alimento es aquel que da origen a la ruta alimentaria y ésta última para que sea exitosa, debe aspirar a ser un producto turístico memorable. Un claro ejemplo de esta dimensión en el caso del Tequila en Guadalajara, donde a partir del aprovechamiento y producción de esta bebida se han creado una serie de productos turísticos alrededor de él, como la Ruta del Tequila incorporada y aprovechada por varias casas productoras de la bebida donde se ofrecen degustaciones, recorridos a partir de la producción, comercialización y los paisajes agaveros del tequila.

Y como tercera dimensión esta la económica, hace referencia a la conformación de clúster turísticos a partir de los alimentos. La dimensión económica implica considerar la formación de clústeres para articular el vínculo entre turismo y alimento, generando así clústeres turísticos a partir de los alimentos locales, lo cual implica considerar la interrelación entre los aspectos económicos y la visión de las rutas alimentarias como un sistema de relaciones sociales complejas. El clúster incluye a empresas, proveedoras, firmas complementarias, contemplando también el ámbito tecnológico, educativo, gobierno e instituciones para crear condiciones de competitividad al disminuir sus costos. En este sentido la Ruta del Vino Montilla-Moriles

en España, es un claro ejemplo de esta dimensión, la cual está formada por actores públicos y privados, entre los que destacan el gobierno local, asociaciones y cooperativas formadas por empresarios y productores locales, así como bodegas y alojamientos rurales, a partir de la cual se ha conformado un entramado de servicios y productos turísticos a través del aprovechamiento del vino como alimento local (López & Sánchez, 2008).

Estos enfoques son a partir de los cuales el estudio de un alimento con identidad local, y gran valor cultural puede ser abordado a partir de la actividad turística.

De tal modo que el desarrollo de productos turísticos a partir de los alimentos, como las rutas agroalimentarias o alimentarias, ha conformado una diversidad de ofertas dentro de un territorio rural, lo cual ha surgido a partir de las nuevas demandas de consumo por parte de los turistas que cada día más, están en busca de un turismo menos globalizado, más personalizado y con mayor contacto con la naturaleza.

Para ello las rutas alimentarias representan un producto turístico con potencial, dentro de los territorios rurales. En ese sentido las rutas turísticas se establecen a partir de un tema en particular, elemento, historia, patrimonio, recursos natural o cultural que hace que le dé una identidad a dicha ruta. Gambarata y Lorda (2017) refieren que las Rutas Turísticas, consisten en unir varios sitios a través de una temática común que se componen de

un conjunto de localidades, elementos, comunidades, etc., organizados en forma de red dentro de una región determinada y que, estando debidamente señalizadas, suscitan un reconocimiento de interés turístico. Este producto turístico puede ser un medio viable para el desarrollo de las zonas rurales.

CASO DE ESTUDIO-JIQUIPILCO, ESTADO DE MÉXICO

ZONA DE ESTUDIO

El estudio se realiza en el municipio de Jiquipilco, Estado de México el cual se localiza al norte del Valle de Toluca y al oriente del Valle de Ixtlahuaca (Villavicencio, 2016). Limita al norte con los municipios de Villa Carbón, Isidro Fabela y Villa Nicolás Romero y al poniente con el municipio de Ixtlahuaca. Pertenecen a la región V Atlacomulco y su distancia aproximada a la capital del Estado de México, es de 42 kilómetros (H. Ayuntamiento de Jiquipilco, 2016).

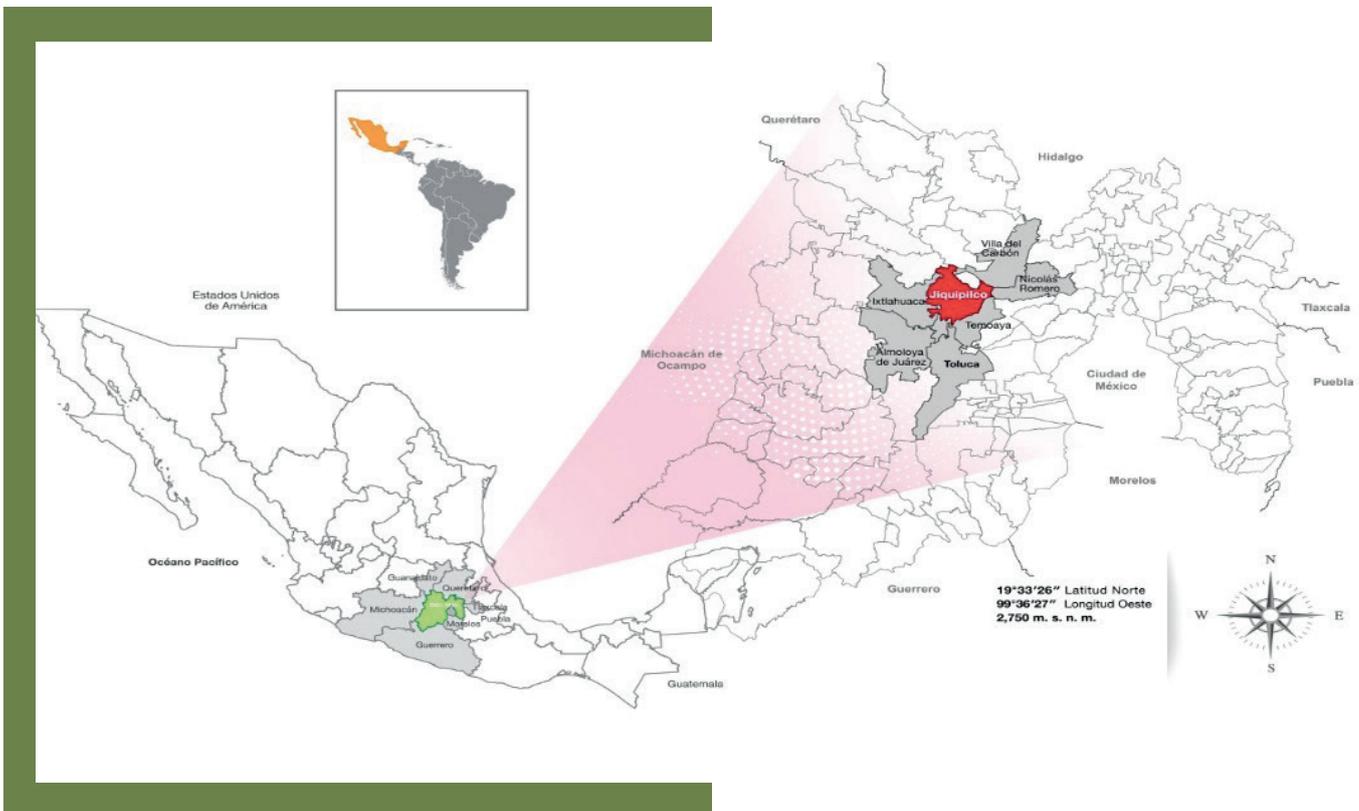


Imagen No. 1 Ubicación de la zona de estudio

Elaboración: Propia, 2019

Jiquipilco es un municipio netamente rural y agrícola, dentro de sus principales producciones se encuentran cultivos de maíz, cebada, haba, papa, avena, hortalizas, maguey pulquero, peral, durazno, granada y capulín (H. Ayuntamiento de Jiquipilco, 2016).

De la siembra de maguey pulquero destacan sus paisajes, siendo este un cultivo representativo de la entidad, debido a que el producto que se obtiene de la extracción y fermentación de aguamiel (pulque)

aun forma parte de la dieta cotidiana de una gran parte de los pobladores (Ayuntamiento de Jiquipilco 2003, citado en Villavicencio 2016). Dicha actividad es una de las actividades económicas con mayor arraigo cultural, que aún prevalece en el territorio y de la cual se generan algunos empleos. Su valor es tal que muchos habitantes reconocen que los beneficios del maguey favorecieron el desarrollo económico del territorio, por lo cual se considera representativo del lugar (Viesca, Quintero, & Barrera, 2016).



Imagen No. 2 Paisaje pulquero de Jiquipilco
Fuente: Propia, 2019

LA COOPERATIVA Y LA FERIA EN TORNO AL PULQUE

El aguamiel es una savia azucarada que es obtenida a partir de diferentes especies de maguey pulquero, en Jiquipilco las variedades que principalmente se utilizan para la extracción del aguamiel son variedad Mexicana (Manso), el Oyoteco (Ayoteco) y maguey Verde (Hernández, 2013).

El pulque es una bebida que se produce a partir de la fermentación natural del “agua miel” la cual se obtiene de la raspa del corazón del maguey pulquero (Castro y Guerrero, 2013; Herrera, 2007 citados en Rojas, Viesca, Espeitx y Quintero, 2016), es de color blanquecino, viscoso y con un olor especial, su grado de alcohol depende del tiempo de fermentación del mismo; estas características cambian de acuerdo a las variedades de maguey y la altura en la que se siembra.

La bebida es considerada como la “Bebida de los Dioses” ya que en la época prehispánica ocupaba un lugar privilegiado en los rituales, la religión, la mitología y la economía de los pueblos indígenas (Viesca, Quintero, & Barrera, 2016), de tal modo que desde tiempos prehispánicos se ha consumido en México. Hoy en día el consumo del pulque ha permanecido en muchos pueblos y ciudades del país (México Desconocido, 2010).

Gracias a la creciente afluencia de visitantes a la Expo Feria del Pulque que se lleva año con año, entre la segunda y tercera semana de marzo, siendo ya diez ediciones en 2019, la popularidad de la bebida

ha sido tal, que un grupo de productores a pequeña escala decidieron organizarse en torno a una sociedad, es así que en el 2014 se constituye la Sociedad Cooperativa de Productores de Aguamiel y Derivados del Agave Salmiana R.L. de C.V., legalizada ante la Secretaría de Economía con 33 productores inicialmente (Blas 2015 y Villavicencio, 2016). Sin embargo, a partir de la falta de interés y las necesidades individuales de productores que ya contaban con un mercado establecido, poco a poco fueron saliéndose de la cooperativa, quedando actualmente 14 productores con producción de pulque y derivados del maguey: como miel de agave, artesanías de ixtle y quiote; postres como atole de aguamiel y pan de pulque, entre otros productos. La producción es a pequeña escala y su comercialización es deficiente por lo tanto no ha habido una estrategia para potencializar comercialmente dichos productos.

En cuanto al proceso de producción del pulque, este aún sigue manteniendo las condiciones tradicionales de la localidad, los productores siguen empleando sus conocimientos empíricos a partir de las técnicas de producción que han heredado verbalmente de generación en generación, por medio del papá, mamá y/o abuelos como sus principales maestros (Viesca, Quintero, & Barrera, 2016).

Sin embargo, algunas herramientas que tradicionalmente se ocupaban para la producción de la bebida, como el acoote, la bota y otros instrumentos, se han modificado o cambiado en su totalidad por envases de plástico (pet), garrafrones

de plástico entre otros (Cúlhuac 2013; Blas 2015; y Viesca, Salazar y Barrera 2016).

Los encargados de la producción de la bebida, son personas mayores de 55 años en adelante, existiendo en la cooperativa gente de la tercera edad, lo cual indica que no existe un relevo por parte de la gente joven, ya sea por: falta de interés, pocos ingresos dentro de esta actividad o la pérdida del saber hacer tradicional (Cúlhuac, 2013), lo que a la fecha prevalece y provoca que los conocimientos ancestrales y tradicionales de los tlachiqueros (oficio de la persona que extrae el aguamiel y se encarga de producir pulque) se pierdan.

El único valor agregado con el que cuenta el pulque es el curado, que consiste en saborizar el pulque con frutas de la región y algunas semillas como la nuez, cacahuete, almendras entre otros, para el consumo en el mismo día (Cúlhuac, 2013).

Un medio por el cual se revaloriza la bebida y se le da un uso como recurso cultural y gastronómico es por medio de la Expo Feria del Pulque, como un intento para estimular nuevamente la actividad, recobrar la identidad del municipio y recuperar la tradición pulquera; en ésta se reúnen los principales productores del municipio, participando en ella la mayoría de los productores de la cooperativa.

Durante la Expo Feria la bebida se pone a la venta sin considerar el contexto que le da valor, el significado histórico y cultural

que posee, sus propiedades alimenticias, el ecosistema que conlleva el cultivo del maguey, las condiciones sociales y económicas e inclusive a las personas que trabajan en la actividad (Viesca, Quintero, & Barrera, 2016). A partir de ello la feria ha propiciado que exista una transformación en los términos e imágenes asociadas a la producción del pulque, por ejemplo, el nombre de Tlachiquero por Productor del Pulque, por lo que los visitantes carecen del término original cuando compran la bebida en el evento, aunado a esto los consumidores desconocen las técnicas de elaboración del mismo, existiendo un desconocimiento del consumidor acerca del proceso productivo (Mora, 2019).

Este evento cultural representa para los productores un medio por el cual pueden comercializar tanto la bebida como los productos derivados de ellos, sin embargo, a pesar de esto y de la temporalidad del evento, el resto del año presentan problemas de comercialización, ya que se tiene una limitante en la venta de pulque, pues en zonas urbanas como Toluca y Metepec, o en tianguis locales de municipios aledaños, no se les permiten su venta en los mercados por ser una bebida alcohólica. Los han desalojado de diferentes lugares ocasionando que se trabaje en la informalidad (Villavicencio, 2016), situación que genera trabas en la promoción, comercialización y venta del producto. Para ellos como productores a pequeña escala les es difícil obtener los permisos necesarios para poder vender el pulque en esos sitios, de tal modo que recurren a acaparadores o intermediarios, que son los que distribuyen el pulque en las

pulquerías de Toluca y Metepec, que ya ellos si cuentan con el permiso de venta.

Otra de las vías de venta a consumidores, es directamente en los predios de los productores, sin embargo, las personas que recurren son de la misma comunidad, externamente no tienen contacto con los consumidores o compradores finales del pulque.

PROBLEMÁTICA EN TORNO A LA PRODUCCIÓN DEL PULQUE

El municipio de Jiquipilco es reconocido como uno de los territorios que aún mantiene la producción de pulque a nivel regional. El territorio al contar aun con la elaboración del producto blanquecino, hace que exista un arraigo cultural de la bebida, un saber-hacer que se ha heredado de generación en generación, productos derivados de él y una importante identidad territorial con respecto a la bebida.

Sin embargo, los productores a pequeña escala que siguen preservando la cultura del pulque en la zona, tienen una serie de problemáticas que afectan en la producción, consumo, comercialización y preservación de la bebida.

Una de ellas y que de manera general e histórica afecta a los productores de la cooperativa, es la mala imagen que se tiene de la bebida, gracias a la entrada de la industria cervecera en el país, por medio de leyendas como la famosa “muñeca” que se creó para desprestigiar al pulque, sigue prevaleciendo hasta nuestros días, provocando que nuevos consumidores no

quieran probar la bebida. Esta leyenda, se refiere a que la fermentación del pulque se hace con heces fecales de animales y/o seres humanos, (Erlwein, Tapia, & Pegueros, 2013) lo cual trae consigo que la bebida se considere como antihigiénica y de dudosa procedencia (Rodríguez, Macías, Silva, & Vargas, 2014). En este sentido, no existe una estrategia para contrarrestar la imagen negativa que se tiene del pulque y que además dé cuenta del proceso productivo que se lleva a cabo en el territorio.

La Cooperativa antes mencionada, presenta problemas de inocuidad y malas prácticas de manufactura en su producción, que hacen que el producto pierda calidad frente a otros competidores como Hidalgo o Tlaxcala donde su producción, es mayor y tecnificada.

Los productores de Jiquipilco, aún mantienen las prácticas y técnicas que sus familiares les han transmitido de manera empírica, siendo este un conocimiento tradicional y sin tecnificación, por lo tanto, el valor de este conocimiento generacional incrementa el valor del producto, ya que los conocimientos son específicos y endógenos del territorio.

En cuanto al consumo, hoy en día existen evidencias de un nuevo interés por el pulque como lo menciona Viesca, Salazar & y Quintero (2016), sin embargo, el consumo en el territorio sigue siendo bajo y de manera más local, a excepción de los días de las Expo Feria del Pulque, único medio por el cual los productores pueden vender su bebida de manera directa al consumir final y a personas forá-

neas dentro del territorio. En este sentido los socios de la cooperativa buscan abrirse camino solos, ya que de forma organizada no han encontrado una estrategia de comercialización, para promover y vender la bebida, y sus derivados.

Los socios de la cooperativa tienen que buscar por sus propios medios la manera de vender su producción, una forma de venta, es acudir a mercados, tianguis regionales de los municipios aledaños o bien venderlo a intermediarios que son los que se encargan de distribuir el pulque en los principales centros urbanos: Metepec, Toluca y Zinacantepec entre otros. Además de ello la venta la realizan en sus propios predios, donde tienen su tinacal con la producción de pulque, reciben esporádicamente compradores para surtir en alguna fiesta o evento especial, sin embargo, no es recurrente, ya que no hay información de ellos que indique sus lugares de producción y de venta. La única promoción que tienen es de boca en boca entre los propios pobladores que conocen a los socios como productores de pulque.

En este sentido, los productores a pequeña escala no cuentan con un punto fijo de venta, lo que causa que las ventas sean discontinuas y pocas, esto propicia un excedente de producción, por lo tanto, se recurre a malbaratarlo, tirarlo o bien utilizarlo como abono orgánico, esto repercute en los ingresos económicos de los productores.

Otro punto identificado, es que el precio de venta del pulque al natural en el territorio es de entre \$6 y \$7 pesos por litro, los intermediarios quienes lo distribuyen

fuera del municipio lo venden en \$15 pesos, por lo tanto, existe una disparidad de precios entre productor y revendedor, siendo los revendedores quienes obtienen mejores ingresos por la venta. En este sentido se crea una desigualdad de precios, un trabajo mal pagado por la producción de la bebida, y con ello un desinterés por las generaciones futuras por seguir produciendo, ya que el trabajo es arduo, largo y mal pagado, provocando una pérdida de conocimientos. Existe el apoyo de familiares como esposas e hijos, solo para la venta del producto, sin embargo, para la producción muy pocos son los que se interesan en seguir preservando este legado histórico.

La competencia desleal juega otro factor importante dentro del territorio ya que, al no haber un trabajo en equipo dentro de la cooperativa, cada uno de los productores prefieren abrirse camino solos al tener que buscar con sus propios medios y recursos donde vender, lo que genera que algunos productores tengan más presencia y visibilidad que otros, siendo algunos de ellos los que tengan un mejor contacto con el gobierno local así como con los posibles consumidores, por lo tanto los vínculos con el gobierno, los apoyos que llegan al municipio y las ventas quedan dispares entre los socios de la cooperativa, ya que algunos reciben mayor reconocimiento como productores que otros. Aunado a esto la competencia con otros productores que no están dentro de la cooperativa y que tienen mejor posicionamiento en el territorio, hace que sea casi imposible acaparar las ventas externas y algunas veces también las ventas locales.

Los productores asociados refieren que están interesados en seguir preservando y promoviendo la cultura pulquera, ya que reconocen la importancia económica que el pulque ha tenido en el territorio, además del valor sentimental que conlleva la producción.

Es por eso que a partir de las problemáticas antes mencionadas se hace la propuesta de una ruta agroalimentaria, a iniciativa de los productores, que involucre a todos los eslabones de producción, desde la siembra hasta la transformación de la bebida y los productos derivados de él; con el fin de ayudar en la conservación del saber hacer, aumente las ventas directas, ayude en la disminución de las ventas informales y los intermediarios, así como la competencia desleal entre los miembros de la cooperativa, todo esto a partir del aprovechamiento de la bebida por medio de la actividad turística.

Esto también para que sea una alternativa de aprovechamiento de sus recursos y una fuente secundaria de ingresos para los productores a pequeña escala que conforman la cooperativa.

METODOLOGÍA

El tipo de investigación que se está llevando a cabo es un estudio de caso de enfoque cualitativo, se utiliza la investigación exploratoria que contribuye a aproximarse a fenómenos desconocidos, poco estudiados o novedosos (Hernández, 1997). En este caso, se requiere explorar el área para saber si existen las condiciones para establecer una ruta agroalimentaria. Se

recurre, también, a la investigación descriptiva con el propósito de describir situaciones y eventos (Danke, 1986, citado en Hernández, 1997), ya que lo que se pretende es referir el contexto socio-productivo, los recursos con los que cuenta la cooperativa y la situación turística del municipio, para posterior a ello presentar la propuesta de la ruta y con ello ayudar a mitigar la problemática antes mencionada.

LA METODOLOGÍA OCUPADA PARA DICHA INVESTIGACIÓN SE DESARROLLA EN 3 FASES:

FASE I

Esta fase está relacionada con la descripción de la situación socio-productiva que presentan los integrantes de la cooperativa “Productores de aguamiel y sus derivados del Agave Salmiana”, Sociedad Cooperativa de R.L. de C.V.; misma que se llevó a cabo a partir de la fase del diagnóstico de la Metodología Activación Territorial de los Sistemas Agroalimentarios Localizados AT-SIAL (Boucher & Reyes, 2013).

Las herramientas utilizadas para dicha fase fueron, diario de campo, entrevistas semiestructuradas aplicadas a todos los socios productores de la cooperativa, fotografías, observación no participante. El diario de campo se llevo como herramienta de uso diario dentro de cada una de las visitas a campo realizadas a los productores, este estuvo estructurado por las evidencias observadas y acontecimientos importantes que fueron surgiendo en los recorridos y sitios visitados, los meses

en los que se llevo a cabo dichas visitas fueron de junio a noviembre de 2019, así mismo dentro de ese periodo de tiempo se aplicaron las entrevistas semiestructuradas. Las fotografías fueron tomadas de acuerdo con los eventos que la cooperativa tenia, así como de cada una de las visitas en los predios de los socios productores para obtener evidencia fotográfica en cuanto al patrimonio material con el que cuenta cada uno de ellos.

FASE II

Para esta fase se tienen contemplados dos objetivos, la elaboración de un inventario del patrimonio natural y cultural con el que cuenta la cooperativa, y la descripción de la situación turística del municipio de Jiquipilco, para ambos puntos se está tomando en cuenta la Metodología Proceso de Planificación Turística de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994). En el inventario se está retomando la fase de estudios y evaluaciones la cual hace referencia a la recolección de información referente al sistema turístico local y sus elementos como la planta de servicios, atractivos (inventario), comunidad receptora, demanda e infraestructura el cual nos da un estudio de la situación actual o línea base para la generación de productos turísticos; para la descripción turística la fase de análisis y síntesis, es la parte donde se analizan todos los elementos del sistema con la finalidad de determinar la potencialidad turística del lugar, calcular las limitaciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo, identificar los productos potenciales y obtener resultados que permitan el direcciona-

miento del plan y la toma de decisiones. Dichas fases forman en conjunto la parte del diagnóstico turístico de la zona de estudio.

El instrumento que se está utilizando para la recolección de información para la conformación del inventario de recursos naturales y culturales, es la cédula del Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional de Perú (MINCETUR, 2012), para identificar y clasificar dichos atractivos, jerarquizarlos y posteriormente definir cuál o cuáles de ellos harán parte de la ruta. (MINCETUR, 2012)

En la recopilación de la información en cuanto a la descripción de la situación turística del municipio, se esta recurriendo a fuentes de información como revistas científicas, páginas de gobierno oficiales, trabajo de campo por medio del diario de campo y observación no participativa, además de entrevistas semiestructuradas con actores claves, lo cual nos permitirá establecer un FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

FASE III

Para esta última fase lo que se pretende es que a partir de la información recabada de la Fase I y II, se proceda al diseño de la ruta agroalimentaria retomando la metodología de Diseño de Rutas Turísticas (SENA, 2019), donde se estructurará el itinerario de actividades, se determinarán los puntos de visita (salida, lugares con actividades, tiempos y recursos) y por último se mapeará la ruta. (SENA, 2019)

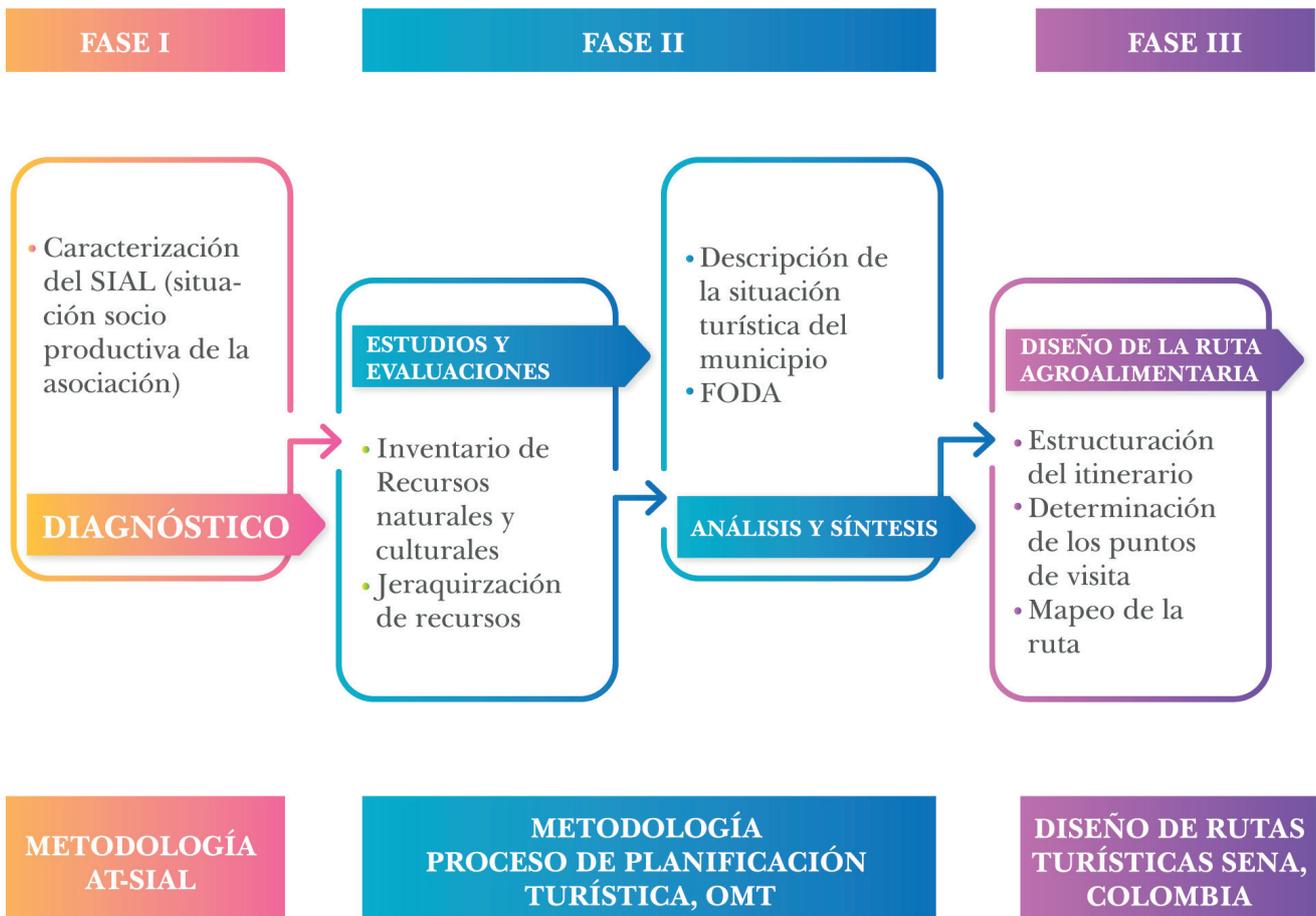


Imagen no. 3 Metodología Ruta agroalimentaria del pulque

Elaboración: propia, 2019

RESULTADOS PRELIMINARES

Los siguientes resultados se dieron a partir del trabajo de campo, realizado durante un periodo que comprende los meses de junio a noviembre de 2019, con base en las visitas a los predios de los productores que conforman la Asociación, las diversas pláticas que se han tenido con ellos, además de la revisión bibliográfica y académica que hay de la zona, y conforme lo observado en cada una de las visitas.

Estos resultados preliminares parten de las dos primeras fases de la metodología empleada para la generación del diseño de la ruta, por lo tanto, solo y para fines de este documento se presenta la información que se tiene hasta el momento de la investigación, ya que como se menciona en un inicio, aún está en desarrollo.

De tal modo que gracias al trabajo de campo que se tiene hasta el momento, se tiene que los productores se encuentran categorizados de la siguiente manera:

Productores con cadena completa

En cuanto al inventario de producción agroalimentaria se tiene que dentro de la cooperativa solo 4 productores cuenta con la cadena completa de producción en sus predios, desde la siembra del agave hasta la producción de pulque y derivados.

Aunado a lo anterior, todos los productores cuentan con su almacigo, espacio donde se plantan los magueyes una vez extraídos de la planta madre para que ahí crezcan hasta que tengan un tamaño considerable para su posterior plantación; y un

tinacal que es el espacio dedicado a la producción de pulque.

Los nombres de los tinacales de la cooperativa tienen nombres peculiares: “La mansión de los chupamirtos” “Corporativo castillo” entre otros, apelativos que los propios productores han incorporado a sus lugares de producción y consumo como si se tratará de pulquerías. También cuentan con paisaje agavero dentro de su predio, una casa típica de Jiquipilco que aún conserva sus cualidades tradicionales, y herramientas tradicionales.



Imagen no. 4 Almacigo
Elaboración: Propia, 2019

Uno de los productores cuenta en su predio con un espacio adaptado como un pequeño museo del pulque donde se exponen herramientas, fotos y demás objetos relacionados a la producción pulquera que han venido heredándose familiarmente.

Productores con cadena incompleta

Existe otro tipo de productores dentro de la asociación, aquellos que apenas empezaron a sembrar maguey y que no cuentan aun con toda la cadena de producción, sin embargo, tienen los conocimientos de producción del pulque, cuentan con un almacigo y con un tinacal. En este sentido este tipo de productores que no cuenta con magueyes propios para ser raspados, acude a la compra de magueyes que ya están en proceso de producción de aguamiel, con vecinos, conocidos o amigos, siendo los magueyes aprovechados durante toda su vida productiva que son alrededor de tres meses.

Aunado a lo anterior además de la producción de pulque, algunos también se dedican a otro tipo de productos agroindustriales como miel de agave, artesanías de ixtle y productos gastronómicos entre otros.

Uno de los productores, tiene los conocimientos de producción de la bebida ya que su padre fue tlachiquero en su época, sin embargo, ya no produce y solo se especializa en elaborar alimentos con pulque o aguamiel: pan, roscas, atole con aguamiel y salsas entre otro, actualmente tiene problemas para comercializar sus

productos, su producción se enfoca en alimentos gastronómicos utilizando como base al pulque o el aguamiel de la zona.

La mayoría de ellos produce pulque gracias a los conocimientos que adquirieron de padres y abuelos que eran reconocidos como tlachiqueros. Su saber-hacer es tradicional y endógeno de la región a la manera de producir específicamente del territorio. Y están ubicados entre la mazana 6ta y 5ta de Jiquipilco, los cuales están sobre una de las principales vías de acceso al centro del municipio, por lo tanto, la accesibilidad hacia los predios de los productores es fácil, pero hace falta señalización en la zona.

Algunos productores aun cuentan con herramientas con más de 50 años de antigüedad que eran las que se utilizaban para la extracción del aguamiel, así como para la producción del pulque, entre los que destacan: “el toro”, que consiste en un cuero donde antiguamente se fermentaba el pulque; “la bota” que es un cuero de borrego, buey o vaca donde se transportaba el aguamiel una vez extraído o bien para transportar el pulque a los lugares de venta.



Imagen no. 5 El “Toro”

Elaboración: Propia, 2019

Se pueden observar también herramientas de metal que eran utilizadas por los tlachiqueros de antes: cucharas, marca personal que es una barilla con la inicial del apellido del tlachiquero la cual colocaban en cada maguey para identificar como suya la planta.

También se pueden identificar vestimentas típicas de un tlachiquero, así como artesanías con varios años de antigüedad.

Recursos naturales

Dentro del municipio se han identificado dos sitios naturales, con potencial turístico

que pueden ser aprovechados por la cooperativa y que pueden formar parte de la ruta, uno de ellos llamado el “Paraje las palomitas” ubicado en la zona alta de Jiquipilco, el acceso a este sitio es fácil, ya que los caminos están en buen estado y solo se tiene que seguir la carretera que conecta con el municipio de Isidro Fabella, no se cuenta con señalamientos que indiquen el paraje, sin embargo al llegar al punto donde se encuentra este sitio natural, se puede apreciar los sembradíos de agave.

Este lugar se encuentra a una altura de alrededor de 3000m sobre el nivel del mar,

es un paisaje agavero único conformado por vegetación endógena del territorio. Este paisaje agavero se encuentra rodeado de la zona boscosa del monte de Jiquipilco, y en él se encuentran magüey criollo de la región, además se tiene una vista panorámica del municipio, por lo que este espacio resulta atractivo y tiene potencial para ser aprovechado turísticamente. Algunas otras actividades que se podrían

aprovechar dentro de este punto podrían ser la recolección de hongos y la recolección de hiervas medicinales.

En esta misma zona se encuentra uno de los productores que cuenta con toda la cadena de producción, por lo cual resulta atractivo visitar al productor y a la vez poder disfrutar del paisaje ofrece, este sitio es un punto a referenciar dentro de la ruta.



Imagen no. 6 Paraje las Palomitas
Elaboración: propia, 2019

Como recurso adicional se encuentra una presa llamada “Presa verde”, que contiene agua proveniente de un manantial de la zona. Se ubica cerca de uno de uno de los predios de los productores, sin embargo, el acceso al lugar, es complicado ya que carece de señalamientos que especifiquen como llegar al sitio. Esto porque la presa es un lugar que se aprovecha únicamente por las personas locales, siendo los fines de semana los días en que la gente acude al lugar a disfrutar de la presa.

La afluencia de visitantes es poca por lo que el lugar es considerado casi virgen,

se tiene alrededor una tienda local y un sitio junto a la presa de un vendedor de servicios de comida y bebida, siendo este el único que ofrece el servicio en el lugar. Sin embargo, a pesar de estas limitantes el lugar presenta potencial para ser incluido dentro de la ruta. Este sitio natural, tiene un color único ya que el agua al ser de un manantial de la zona, y al estar estancada, el color de agua se vuelve de un verde particular, además esta rodeado de zona boscosa y de flora y fauna característicos del lugar. Algunas de las actividades que se podrían realizar, sería senderismo, apreciación de aves entre otras actividades.



Imagen no. 7 Presa Verde Jiquipilco
Elaboración: propia, 2019

Recursos culturales

El municipio de Jiquipilco cuenta con bastos recursos naturales y culturales con potencial turístico, que pueden ser aprovechados por la gente local para fomentar actividades de recreación en el territorio. Cuenta con 10 bienes inmuebles catalogados por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), entre los que se destacan 3 antiguas haciendas pulqueras que forman parte del legado cultural pulquero de la zona (Gobierno del Estado de México, 2004).

Dos de los sitios que forman parte del catálogo del INAH y que resultan atractivos por su gran valor cultural e histórico son,

la iglesia de San Juan Bautista construida a mediados del siglo XVIII, esta se encuentra ubicada en el centro del municipio junto al palacio de gobierno, la cual se encuentra rodeada de construcciones antiguas como los portales. En una de las visitas se pudo observar que la iglesia de San Juan Bautista aún se encuentra en buenas condiciones, y sigue funcionando como iglesia principal de pueblo, cuenta con una placa donde da veracidad de su antigüedad. Este bien inmueble puede ser un atractivo turístico dentro de la ruta, ya que sus condiciones y su ubicación al estar en la cabecera municipal, hacen ideal este punto para que los turistas puedan conocer un poco más de la historia del municipio.



Imagen no. 8 Iglesia de San Juan Bautista
Elaboración: Propia, 2019

Y como segundo punto esta, la Capilla de Santa Cruz Tepexpan ubicada en la punta del cerro de Santa Cruz, localidad ubicada a diez minutos de la cabecera municipal, es conocida como el Santuario del Señor del Cerrito. Este bien inmueble es considerado por los grupos indígenas Mazahuas del municipio y de municipios aledaños, como el “Monte Sagrado de los Mazahuas”, es una de las construcciones religiosas más antiguas del territorio data del siglo VXIII este lugar es uno de los sitios que identifican al municipio por su gran valor histórico y cultural (Gobierno del Estado de México, 2004).

Sin embargo, para llegar a él, no existe señalamientos que indiquen el camino, la manera de subir hasta el santuario es caminando. En el templo no existen cédulas de información turística, ni algún policía que vigile el sitio. Existe venta de alimentos y bebidas por parte de la comunidad local, quesadillas, tortas, gorditas, y caldos de pollo, además de dulces, agua, refrescos y botana en general. El sitio se encuentra muy bien conservado sin embargo hace falta delimitar bien los senderos por donde se puede caminar, así como restaurar algunos sitios que se encuentran en abandono. La vista desde el lugar es invaluable ya que se puede ver todo Jiquipilco y parte de los municipios aledaños.



Imagen no. 9 Santuario de nuestro señor del Cerrito

Elaboración: Propia, 2019

Diagnóstico Turístico del Territorio

En el municipio los servicios dedicados a la actividad turística son pocos, de tal modo que es necesario el desarrollo de servicios como hospedaje, alimentos y bebidas, así como la incorporación de cajeros automáticos, módulo de información turística, servicio médico básico, por lo cual hace falta la incorporación de estos servicios para una mejor experiencia turística.

En cuanto al área de alimentos y bebidas, cuentan con restaurantes familiares, fondas locales, puestos de comida entre otros; estos centros de consumo aún mantienen la gastronomía local, a base de la penca del maguey como la barbacoa de chivo y los mixiotes de borrego, conejo o pollo, siendo aún originarios de la zona y los cuales se siguen produciendo con productos locales.

Su ubicación es un factor que favorece a Jiquipilco, ya que está situado a poco tiempo de las zonas metropolitanas de Toluca y Ciudad de México, donde el consumo de pulque se ha incrementado. Estos centros urbanos se vuelven un mercado potencial para la atracción de visitantes que estén interesados en conocer la ruta agroalimentaria del pulque.

CONCLUSIONES

Los productores a pequeña escala de pulque que conforman la Sociedad Cooperativa de Productores de Aguamiel y Derivados del Agave Salmiana R.L. de C.V., cuenta con una importante tradición pulquera que los identifica.

Aunado a lo anterior, los actores mantienen un saber-hacer generacional. Cuentan con recursos históricos, naturales, culturales, materiales e inmateriales, que refieren la importancia de la cultura pulquera de la zona y los cuales pueden ser incorporados en la ruta agroalimentaria para su aprovechamiento, por medio de la actividad turística.

Los productores a pequeña escala de pulque que conforman la Sociedad Cooperativa de Productores de Aguamiel y Derivados del Agave Salmiana R.L. de C.V., cuenta con una importante tradición pulquera que los identifica, y mantienen la actividad.

Aunado a lo anterior, los actores cuentan con recursos históricos, naturales, culturales, materiales que refieren la importancia de la cultura pulquera de la zona y los cuales pueden ser incorporados en la ruta agroalimentaria para su aprovechamiento, por medio de la actividad turística.

Existe un paisaje agavero y recursos naturales que pueden complementar la ruta y que también pueden ser sitios de interés turístico, gracias a su originalidad y belleza única, los cuales forman la riqueza con la que cuenta el municipio.

En este sentido se hace la propuesta de la generación de una ruta agroalimentaria del pulque, surgida a partir del interés de los propios actores locales, esto con el fin de aprovechar el patrimonio del pulque y de los sitios naturales y culturales con los que cuenta el municipio, como un medio que ayude a comercializar el pulque y sus

derivados y que a su vez sea una herramienta de valorización y promoción.

Se pretende que con la ruta agroalimentaria del pulque se distribuya los ingresos de manera equitativa a partir de la vista de los consumidores en cada uno de los predios de los productores, lo que conllevará a tener un mejor trabajo en equipo y por ende apoyará en la reducción de la competencia desleal, ya que la cadena de producción no se quedará individualmente, se pretende que las fases de producción de la bebida se distribuyan entre cada uno de los predios de los socios productores de la cooperativa, de acuerdo a las condiciones y recursos de cada uno de ellos.

De tal modo que los visitantes podrán consumir la bebida directamente en el predio del productor, lo que traerá consigo un precio de venta justo del pulque y los derivados, ya que el consumidor podrá establecer un lazo directo con el propio consumidor reforzando ese lazo de intercambio. Habrá una mayor visibilidad para los productores de manera general, ya que la ruta estará mapeada y hecha para que los consumidores tengan que visitar las fincas para que en cada lugar puedan disfrutar de las etapas de producción.

Se pretende que con ruta dividida de ese modo genere que el consumo en el territorio incrementa, haya una mejor visibilidad de los productores tanto el territorio como externamente.

Sin embargo, al ser esta una opción positiva para mejorar los ingresos de los pro-

ductores de la cooperativa, aun se tienen que seguir haciendo esfuerzos de otra índole para que la ruta llegue a ser potencialmente turística y traiga reconocimiento a Jiquipilco como un territorio pulquero.

Sin embargo, son muchas las líneas de acciones que se deben de llevar a cabo para que la propuesta que se pretende diseñar, llegue a implementarse y empiece a generar el desplazamiento de las personas interesadas en la bebida.

BIBLIOGRAFÍA

- Barrera, E. (2012). 7° Curso internacional de “Rutas Alimentarias y Turismo del Vino”. *Las Rutas Alimentarias: Fundamentos, Estrategias políticas y Análisis de casos* (págs. 4-46). Buenos Aires: Facultad de Agronomía Universidad de Buenos Aires .
- Barrera, E. y Bringas Alvarado, O. (2012). La ruta de la sal prehispánica de Zapotitlán
- Salinas, una estrategia de desarrollo comunitaria basada en los alimentos con identidad local. 5to Curso Taller “Turismo Comunitario: Una alternativa de desarrollo económico social”. Universidad de Buenos Aires
- Blanco M. & Rivero H. 2003. El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local: documento técnico/
- Hernando Riveros S. , Marvin Blanco M. – Lima: IICA: PRODAR, 2003. 33 p.; (Serie Documentos de Trabajo / PRODAR
- Blanco, M., & Riveros, H. (2005). Las rutas alimentarias, herramienta para valorizar productos de las agroindustrias rurales. El caso de la ruta del queso Turrialba, Costa Rica. *Perspectivas Rurales Nueva Época*, (17-18), 85-97. Recuperado el 28 de octubre de 2019, de HYPERLINK “<https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales/article/view/4125>”
- Blas, Y. S. (2015). *Propuesta de producción y aprovechamiento integral del maguey pulquero el Jiquipilco, México*. Tesis, Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales, México.
- Boucher, F. & Reyes J.A.. 2013. Guía Metodológica para la Activación Territorial con enfoque de Sistemas Agroalimentarios Localizados (AT-SIAL). IICA, CI-RAD. México. 115 pp.
- Cúlhuac, H. E. (Julio de 2013). *Análisis de la cadena productiva del pulque del Estado de México y Tlaxcala*. Toluca.
- Erlwein, S., Tapia, J. R., & Pegueros, A. V. (2013). El Proceso de elaboración del pulque, su importancia económica y concepción social en Apan, Hidalgo. *Ejercicios etnográficos, aprendiendo a investigar*, 59-103.
- Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (Julio-diciembre de 2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359. Recuperado el 8 de octubre de 2019, de <https://www.re-dalyc.org/pdf/3477/347753793006.pdf>
- Gobierno del Estado de México. (2004). *Plan municipal de desarrollo urbano de Jiquipilco, Estado de México*. Gobierno del Estado de México, Secretaría de Desarrollo Urbano y Metropolitano. Recuperado el 1 de junio

- de 2019, de http://seduv.edomexico.gob.mx/planes_municipales/jiquipilco/DOCTO%20JIQUIPILCO%202003.pdf
- González, R. (10 de febrero de 2018). Resurge el consumo de la bebida ancestral, el pulque. *Milenio*. Recuperado el 21 de septiembre de 2019, de <https://www.milenio.com/estados/resurge-el-consumo-de-la-bebida-ancestral-el-pulque>
- H. Ayuntamiento de Jiquipilco. (2016). *Gobierno municipal de Jiquipilco*. Recuperado el 1 de mayo de 2019, de <http://www.jiquipilco.gob.mx/des-municipal/plan-de-desarrollo-2019-2021.pdf>
- Hernández, E. C. (Julio de 2013). *Análisis de la cadena productiva del pulque del Estado de México y Tlaxcala*. Tesis, Instituto de Ciencias Agropcuarias y Rurales, Toluca.
- Hernández, R. (1997) Metodología de la investigación. Colombia, Mc Graw Hill.
- Jeambey, Z. (2016). Rutas Gastronómicas y Desarrollo Local: un ensayo de conceptualización en Cataluña. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1187-1198. Recuperado el 14 de octubre de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/881/88147717009.pdf>
- López, G. G., & Sánchez, C. S. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(2), 159-171.
- Marianelli, R. (2013). *Rutas Alimentarias: Definiciones, experiencias y*. Tesis, Universidad Nacional de La Plata, Repositorio institucional, La plata. Recuperado el 27 de octubre de 2019, de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62667/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- México Desconocido. (28 de junio de 2010). *México Desconocido*. Recuperado el 15 de Febrero de 2019, de <https://www.mexicodesconocido.com.mx/el-pulque-la-bebida-de-los-dioses-hidalgo.html>
- MINCETUR. (2012). *Manual para la formulación del inventario de Recursos Turísticos a nivel nacional*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Perú: Helmen Perú. Recuperado el 10 de diciembre de 2019, de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Formulacion-Inventario-RecursosTuristicos-NivelNacional.pdf>
- Mora, T. M. (2019). *Los objetos desde el diseño en las principales tradiciones de Jiquipilco, Estado de México. Hacia la creación de un inventario, para guardar y promover la identidad colectiva del lugar*. Tesis, Universidad Autónoma del Estado de México, Facultad de Arquitectura y Diseño, México.
- OMT (1994). Organización Mundial del Turismo, National and regional tourism planning, España.

- Osorio González R., Hernández Lara O. G. y Zizumbo V. L. (2019). Indígenas en el turismo rural desde el marco antropológico-social y en contraposición con el censal. Ponencia en del Quinto Congreso de Turismo Rural, Zapotitlán Puebla.
- Osorio González, R., Serrano Barquín, R. y Echeverría, O. (2016). Metodología para diseño de ruta alimentaria en Zacazonapan, México; desde un enfoque de turismo rural. *Gran Tour*, ISSN-e 2172-8690, N°. 13, 2016, págs. 4-25
- Renard H., Marie C. y Thomé Ortiz, H. (2010). La Ruta de la Sal Prehispánica. Patrimonio alimentario, cultural y turismo rural en Zapotitlán de las Salinas, Puebla, México. En Biotech, Pharma & Life Science Companies 116th EAAE Seminar “SPATIAL DYNAMICS IN AGRI-FOOD SYSTEMS: IMPLICATIONS FOR SUSTAINABILITY AND CONSUMPTION”. PARMA (Italia): European Association of Agricultural Economists. Recuperado el 11 de octubre de 2019, HYPERLINK “<https://www.aacademica.org/humberto.thome.ortiz/42.pdf>” <https://www.aacademica.org/humberto.thome.ortiz/42.pdf>
- Rojas, R. E., Viesca, G. F. C., Espeitx, E. & Quintero, S. B. (2016). El maguey, el pulque y las pulquerías de Toluca, Estado de México, ¿patrimonio gastronómico turístico? *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 14(5):1199-1215. Recuperado el 15 de octubre de 2019, de https://www.researchgate.net/publication/318958394_El_maguey_el_pulque_y_laspulquerias_de_Toluca_Estado_de_Mexico_patrimonio_gastronomico_turistico
- SENA. (2019). *Diseño de Rutas turísticas*. Colombia: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Recuperado el 08 de diciembre de 2019, de https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o_de_Rutas_tur%C3%ADsticas
- Sosa, S. M., & Salido, A. P. (2013). La conformación de una ruta alimentaria como estrategia de desarrollo turístico rural para el municipio de Ures, Sonora, México. *Scielo Estudios Sociales*, 21(42), 151-174.
- Trejo, L. (28 de agosto de 2017). *De dioses a Hipsters: El resurgimiento del pulque, una moda de antigua tradición*. Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Ecología, México. Recuperado el 18 de mayo de 2019, de <http://web.ecologia.unam.mx/oikos3.0/index.php/quienes-somos/sobre-la-revista>
- mx/es/161-revistas/revista-ciencias-111-112/1423-el-pulque-bebida-e-identidad.html

- Viesca, G. F., Quintero, S. B., & Barrera, G. D. (Abril de 2016). *Repositorio Institucional*. Obtenido de Universidad Autonoma del Estado de México:<http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/49516>
- Villavicencio, G. M. (2016). *Desarrollo de estrategias comerciales de productos alimenticios y artesanales del maguey pulquero en el municipio de Jiquipilco, Estado de México*. Tesis, Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales , México.
- Yagoda, M. (2010 de octubre de 2017). Todo lo que debes saber del pulque, el delicioso primo del tequila. *Food and wine, en español*. Recuperado el 18 de mayo de 2019, de <https://foodandwineespanol.com/lo-debes-saber-del-pulque/>
- Yáñez, M. B. (2013). *Modelo de ruteo para generar turtas turísticas*. Tesis, Universidad Nacional Autónoma de México, México. Recuperado el 10 de octubre de 2019, de <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/6563/Modelo%20de%20ruteo%20para%20generar%20rutas%20tur%20c3%adsticas.pdf?sequence=1>



**EL IMPULSO DE LA MIEL EN EL TURISMO
GASTRONÓMICO BIO-CULTURAL DE LA
RUTA TUT, YUCATÁN**

Rocío Carolina Murguía Argüelles
Noel Magaña Be
Miriam Uitz May

INTRODUCCIÓN

Esta investigación se realizó en tres municipios del oriente del estado de Yucatán, que corresponden a lo que se ha denominado Ruta Turística TUT: Tinum, Uayma y Temozón. Dicha ruta ha sido trabajada por los autores durante tres años, y se ha rediseñado con el fin de que pueda dar no solo un mejor servicio turístico, sino que también a través del método de investigación interpretativo, se han visto diferentes necesidades entre los pobladores, especialmente entre el grupo de los apicultores, quienes han mostrado interés en acceder a los trabajos integrales que se realizan en la comunidad.

El área intervenida corresponde a la región VI del estado de Yucatán (Tuñón, 2012), siendo que Tinum y Uayma corresponden a la subregión maicera oriental, mientras que Temozón a la subregión ganadera oriental (García et.al., 2015). De acuerdo a los datos de la Regionalización Socio-productiva y Biodiversidad, estos tres municipios concentran el 24% de la superficie estatal en la producción de maíz y el 13% de los apiarios (García & Córdoba, 2015). Es esta última actividad económica resulta de interés general en esta investigación, aunque se centra específicamente en el consumo de la miel, la cual es considerada como de alta calidad en todo el mundo (Echazarreta, 2015) y sus características físicas y sensoriales (sabor, aroma y color), varía de acuerdo a su origen floral (CONABIO, Plan Rector

para promover una Denominación de Origen de mieles de la Península de Yucatán, 2011).

Es por ello que durante este trabajo realizó un diagnóstico para identificar tres aspectos: los alimentos tradicionales que utilizan la miel como ingrediente; la disponibilidad de los pobladores y productores de miel en la creación de una ruta turística biocultural donde los apiarios y/o el uso de la miel, funcione como alternativa económica; y por último, las estrategias de comunicación que se emplearían para dar a conocer los beneficios de la miel, e incentivar en su consumo.

Tomando en cuenta la cercanía que la ruta TUT tiene con el Pueblo Mágico de Valladolid, Yucatán (a solo 10 km de Temozón; 17 km de Uayma y 28 km de Tinum), así como de la zona arqueológica de Chichén Itzá (35 km de Tinum), se observó que no solo se puede aprovechar el área para su promoción turística, sino que, además, se puede dar un impulso en la comercialización y creación de nuevas alternativas en el uso de la miel.

En esta investigación, se planteó trabajar en los municipios de Tinum, Uayma y Temozón quienes conforman la Ruta TUT con el objetivo de impulsar el consumo de la miel en estos tres municipios por medio de un estudio multidisciplinario que permita la valoración alimentaria, ambiental y cultural a través de la ruta gastronómica bio-cultural TUT. El abordaje metodológico fue multidisciplinario con un enfoque mixto, por lo que se utilizaron herramientas de cada disciplina que se integraron

(antropología, gastronomía y comunicación) con el fin de obtener los datos adecuados y su correcta interpretación.

DESARROLLO

En los últimos años, la investigación social se ha visto obligada a conocer y replantear desde una perspectiva crítica y analítica, el proceso de transformación por el que transitan los pueblos mayoritariamente mayas de la Península de Yucatán, en torno a su patrimonio cultural y natural. Aunado a ello, se debe considerar que el área oriente del estado se encuentra dentro del rango de alta marginalidad, en contraste con sus vestigios históricos y arquitectónicos, además de manifestaciones culturales (rituales, ceremonias, fiestas, gastronomía, entre otros) y un importante contexto natural conformado por selva baja caducifolia (Hirose, Murguía, Tuz, Magaña, & Uitz, 2017).

La aplicación de estrategias de intervención de carácter turístico desde la perspectiva sustentable al igual que el patrimonio cultural tanto tangible, como intangible, permite reivindicar y reconstruir el valor del contexto histórico y natural de las poblaciones. “Es necesario mencionar que en Yucatán, específicamente en los pueblos de la región suroriental, las percepciones que se tienen en torno al patrimonio determinan el respeto que se tiene de la naturaleza, ya que se cree que todo lo que existe en su universo creado es sagrado; es así que el maya del siglo XXI puede generar su preservación y cuidado a razón de entender que de ahí se procura la subsistencia y la razón de estar en el mundo”

(Hirose, et al., 2017, p: 230). Desafortunadamente, las actividades tradicionales como la milpa, se han visto vulnerables por un ecosistema frágil que no soporta la explotación agrícola y ganadera en la que se encuentra sumergida, lo que provoca que aumente la migración hacia zonas urbanas como Mérida y Cancún, así como el desplazamiento del trabajo agrícola por trabajos con un sueldo fijo que no depende de las cosechas ni las temporadas, lo que genera que se adquieran estilos de vida que no son propios de su cultura tradicional de origen. Tal es el caso de la milpa, la cual se ha abandonado, y se han dejado de lado no solo la producción de maíz, calabaza y frijol, sino también de la apicultura.

Dentro de este contexto, aunque la miel ha cobrado mayor relevancia por su contribución directa en el bienestar del ser humano tanto en el ámbito económico, como el medicinal y cosmetológico, su impacto a nivel local no ha sido tal, por lo que se han creado diferentes estrategias para el fortalecimiento de este producto.

Es importante señalar que, a nivel internacional, se aborda la importante labor de las abejas en la polinización de los cultivos y de las plantas silvestres que generan bienes públicos ambientales de gran valor, contribuyendo así al equilibrio del medio ambiente, lo que sería éste su valor fundamental. Sin embargo, debido al cambio climático, las enfermedades y los parásitos, así como la agricultura industrial, se ha visto en declive la reproducción de esta especie, como lo plantea el estudio realizado por *Green Peace* donde se plantean tres

preocupaciones fundamentales en cuanto a la salud global de los polinizadores. La primera es la ausencia de datos precisos que permitan alcanzar conclusiones firmes sobre el estado de los polinizadores globales en términos de abundancia y diversidad. La segunda preocupación es que existe una mayor demanda de polinizadores –a nivel local y regional– los cuales crecen a más velocidad que la oferta lo que podríamos estar enfrentándonos a una polinización restringida, ahora y en el futuro inmediato. Y como tercer punto, es el crecimiento desigual de las abejas melíferas en los sectores productores (Tirado, Simon , & Johnston, 2013).

Centrándonos en la demanda, la Promotora del Comercio Exterior presenta datos relevantes sobre el mercado mundial de las abejas entre el 2006 al 2010, mostrando que los principales exportadores son Argentina seguido de los Estados Unidos y quedando en cuarto lugar México por debajo de Alemania; mientras que los principales consumidores son Alemania y Estados Unidos (López, 2011) lo que demuestra que tanto la miel como las abejas, son y han sido un alto potencial para el desarrollo ambiental y económico. Conscientes de ello Garry *et. al.* (2017) presentaron ante la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en México, el estudio sobre las “Incorporación de mayor valor en la cadena de la miel y productos derivados de la colmena en el Pacífico Central, Costa Rica” enfocando su atención en proponer líneas de acción que impulsen una producción más equilibrada e igual en la estructura productiva de la miel a través del trabajo

coordinado con el sector público, el sector privado, la academia y centros de investigación. Además, en este diagnóstico revela que el comportamiento del consumo de la miel en Costa Rica, es similar a la de México ya que se identificó que la clase media y alta son los principales consumidores de este producto debido a la concepción de hábitos alimentarios saludables que se han construido en la mente del consumidor para mejorar su calidad de vida, a través de la creación de mercados orgánicos donde asisten consumidores comprometidos con la salud y el resguardo del medio ambiente.

Otro estudio que da luz a este proyecto, es el realizado en Argentina por Marcos *et. al.*, (2007) en donde plantean algunas hipótesis causales del bajo consumo nacional como los aspectos culturales, desconocimiento de sus beneficios y sus usos alternativos o formas de utilización, existencia de sustitutos más baratos, inconvenientes o desventajas percibidas en su consumo, problemas de canales de distribución, entre otras. Entre las estrategias que proponen estos autores para contrarrestarlas, es la selección de mensajes más adecuados y la forma de comunicarla resaltando los atributos de natural, sano, energético como palabras claves que deberían ser la base de todo intento de posicionamiento de la miel. Entre las acciones a favor de la promoción de la miel en la Argentina se tiene la elaboración de materiales con información detallada y sencilla como el cuadernillo sobre la “Miel: Beneficios, propiedades y usos” que fue elaborado por Instituto Nacional de Tecnología Industrial -INTI que informa sobre sus propiedades nutri-

cionales y terapéuticas, así como sus usos en los cosméticos y la gastronomía. No en vano este tipo de estudios con un enfoque mercadológico han contribuido para que, en la actualidad, Argentina ocupe uno de los primeros sitios en la producción y exportación de la miel.

En este mismo país, en julio de 2018, se presentó el estudio sobre “el Mercado Apícola Internacional” donde revela que “México a pesar de ser una de los principales exportadores tiene bajo consumo interno encontrándose los consumos en el rango de 50 y 250 gramos habitante/año y exportan casi toda su producción. En contraste con Alemania que superan el kilo promedio de miel por habitante/año” (Sánchez, et al., 2018, p: 20).

En México, han surgido estudios para el fortalecimiento de la miel que impulsen la producción de este sector que se percibe cada vez en declive ya que, de ser, en el 2006, el principal país en producción, hoy ocupa el sexto lugar a nivel mundial. De acuerdo a Magaña et. al., (2016), desde 2009 hasta la fecha la tendencia de la producción de la miel está a la baja debido a la africanización de las colonias, embates climáticos como los huracanes y la amplia desigualdad de los beneficiados en el proceso de comercialización principalmente el de los apicultores rurales.

En una escala regional, “Yucatán es el mayor productor de miel, a nivel nacional, contribuyendo entre el 35-45% del total de la producción y de ésta el 95% se exporta” (CONABIO, 2011, p: 8), lo que permite deducir que es un importante ingreso

para los productores en todos los estratos. Sin embargo, en la realidad persiste una brecha que cada vez se va ampliando de desigualdad entre los oligopolistas y las microempresas familiares que trabajan la miel para subsistir. Como lo afirman Güemez *et. al.*, (2006) la dinámica en la distribución de los ingresos económicos de las familias mayas que trabajan la producción de miel funcionan como ahorro, asegurando la disponibilidad monetaria para cierta época del año; pero su ingreso principal se destinará al pago de deudas y el gasto familiar, mientras que dos quintas partes, al equipo que servirá para el trabajo apícola.

Respecto al consumo de la miel, “el plan rector para una propuesta de la denominación del origen de las mieles en Península de Yucatán revela que el 97% de los entrevistados en Chetumal consumen miel, aunque la frecuencia varía, ya que el 34.5% lo consume una vez al mes y el 51.7% compra cuando es necesario, sobre todo por enfermedad. Solo un 10.4% compra con frecuencia” (Güemez et. al., 2006 p: 29). Sin embargo, se continúan realizando actividades que cambien la percepción de la miel y conozcan sus beneficios, como los eventos que la SAGARPA viene desarrollando conjuntamente con las organizaciones de apicultores y envasadores de miel, cuyo objetivo es el de promover el consumo de miel y dar a conocer los demás productos de las abejas, (SAGARPA, 2010). Otro impulso es que en el sector Oriente se encuentra la ciudad de Valladolid, la cual fue nombrada desde el 2009 como la capital mundial de la miel y cada año hasta la fecha se vienen realizando eventos para la promoción de este producto

como son los tianguis orgánicos, las ferias artesanales y las exposiciones de los productos elaborados con miel, así como la oportunidad de conseguirlos directamente con el productor a costos más accesibles.

Evidentemente, el turismo también forma parte de las estrategias de impulso a la apicultura y el consumo de la miel. Considerando que el estado de Yucatán ocupa el sexto lugar de visitas nacionales y extranjeras en México (SECTUR, 2019), las actividades turísticas se perciben como una estrategia que genera ganancias y empleos a las comunidades receptoras debido a que sus sitios arqueológicos, playas, el ecoturismo y el turismo de aventura, además de las ciudades coloniales, las artes y la cultura, son los principales atractivos del estado (García *et. al.*, 2015).

Como explican Fernández *et. al.*, (2017), Yucatán está apostando por el turismo como la principal fuente de economía y no es para menos, tan solo en el 2018 recibió a más de 1.4 millones de turistas (nacionales y extranjeros), aún sin contar con la infraestructura necesaria. Aun así, se ha logrado satisfacer las necesidades y demandas de turistas masificados y homogéneos, a través de diferentes servicios.

Bajo este panorama hay un sector de turistas que no solo se interesan por conocer la cultura y naturaleza de Yucatán, también quieren visitar a las comunidades receptoras que le ofrecen no solo servicios turísticos, sino una experiencia de conocer más a fondo su estilo de vida, “Existe por tanto la necesidad de generar conciencia social a través de procesos participativos

orientados al cuidado y preservación del entorno natural, la apropiación colectiva del patrimonio, así como la disminución de la migración. Una alternativa es la que ofrece el turismo comunitario” (Hirose, *et. al.*, 2017).

Como antecedente en el trabajo del turismo en apiarios, se encuentra *Xkopek*, una empresa que ofrece servicios turísticos a las afueras de la ciudad de Valladolid. Sin embargo, por su carácter privado, los pobladores no tienen oportunidad de integrarse a ella. Aun así, les ha dado una perspectiva sobre cómo podrían trabajar la apicultura y el turismo. Aunque se han intentado hacer rutas “de la miel”, los proyectos no han tenido éxito, debido a la demanda de tiempo por parte de los trabajadores, al desconocimiento de la práctica tradicional, pero sobre todo, porque no se ha ofertado ni ha puesto como un atractivo para los visitantes.

Para lograr no solo lo anterior, sino el hábito del consumo de la miel, se requiere del apoyo de diversas instituciones sociales, gubernamentales y empresariales así como de disciplinas y herramientas relacionadas con la comunicación como lo son la mercadotecnia social y los medios de comunicación, quienes manejan la información ofreciéndola en el menor tiempo posible y sin mayor esfuerzo, característica fundamental en la dinámica social contemporánea para transformar el entorno y la manera de percibir el mundo. A través de las herramientas del *Marketing social* se busca estimular cambios que coadyuven a la resolución de problemáticas sociales, en este caso, el poco consumo

local de la miel. Puig (2014) agrega que para cambiar estos hábitos de consumo se debe manejar de manera ideológica las decisiones de compra del consumidor a través de la construcción de una realidad de acuerdo a ciertos intereses, por lo que son los medios masivos quienes dan las pautas de lo que se tiene que comprar para satisfacer las necesidades. Aunado a lo anterior, existe la posibilidad de que dichas necesidades sean creadas por los mismos medios, la promoción de los productos y servicios con el fin de tener tal impacto que adquieren un significado especial para el consumidor (Golovina, 2014) y los consigan.

METODOLOGÍA

El primer paso consistió en gestionar los permisos de los comisarios ejidales para llevar a cabo la investigación en las comunidades de Tinum, Uayma y Temozón. Una vez aprobada la petición, se procedió a la primera fase del trabajo el cual fue una investigación de carácter interpretativo y fue abordada desde diferentes disciplinas, la propuesta de turismo gastronómico biocultural e identificación de alimentos tradicionales se realizó a partir de una metodología etnográfica y de interpretación, cuyas herramientas principales son: revisión bibliográfica especializada, cuestionarios, entrevistas semiestructuradas y a profundidad (en maya y español), observación participante, análisis fotográfico y de video. La revisión bibliográfica se basó en la búsqueda de información sobre la producción, comercialización, valor nutritivo y otros datos específicos sobre la miel.

Posteriormente, una vez validados los instrumentos por parte del equipo de docente, se procedió a la toma de muestra utilizando la bola de nieve para seleccionar a los informantes clave. Una vez concluidas las encuestas, se procedió a tabular la información recabada en el programa Excel para analizarlos e interpretarlos.

En la segunda etapa del proyecto se abordaron las estrategias de comunicación y el enfoque fue cuantitativo, a través de una encuesta con un cuestionario de opción múltiple, empleando un nivel de confiabilidad del 92%; se eligió trabajar con habitantes de los tres municipios con un rango de edad entre el rango de 20 a 50 años de edad, seleccionados al azar, hombres y mujeres, y bajo la disponibilidad de responder, con un total de 333 individuos.

RESULTADOS

Las tres localidades no solo presentan atractivos turísticos culturales (tangibles e intangibles), sino que también los naturales. La cercanía que tienen con la ciudad de Valladolid, también permite que el desplazamiento de los visitantes sea mucho más cómodo y seguro, a diferencia de otras rutas culturales que se encuentran alrededor.

El municipio de Temozón, no solo presenta como atractivo principal su gastronomía, sino que realiza continuamente actividades culturales y festividades, lo que le permite ser un sitio con alto potencial turístico. Para el caso de Uayma, la singularidad de la arquitectura de tipo morisco de su iglesia, atrae visitantes que llegan

a tomar fotografías en el lugar, pero que están en la expectativa de ver con mayor detenimiento, el lugar. Tinum, por su parte, no solo resulta ser la cabecera municipal de la zona arqueológica más visitada, Chichén Itzá, sino que la preservación de sus usos y costumbres, están marcados en su arquitectura, y el uso de sus recursos naturales.

Con respecto a la producción de miel, se encontró un solo meliponicultor en el municipio de Tinum; sin embargo, por su avanzada edad, es posible que su actividad ya no se realice en los próximos cinco años. La investigación no abarcó las comisarías de las cabeceras municipales, donde se refiere que hay al menos nueve productores que trabajan con la abeja melipona (*Melipona beecheii*). Aun así, es de llamar la atención de que, a pesar de ser representativa en el estado de Yucatán, va perdiendo presencia en el lugar. La mayoría de los entrevistados dijeron tener más de 20 años trabajando la apicultura y trabajan con la abeja melífera (*Apis mellifera*). Todos los entrevistados (N=35) trabajan la apicultura de manera particular, donde el 77% produce únicamente miel, mientras que el 23% produce miel y cera. Mientras tanto, los apicultores de Uayma y de Temozón, venden su producto en el municipio de Tinum, con un solo intermediario que acopia la miel del área oriente, para luego venderla a un proveedor que la exporta a Europa.

Gran parte de apicultores en este año presentaron una pérdida de colmenas ocasionado por factores naturales, especialmente la sequía. Sin embargo, no fue el único

problema, sino que también la venta de la miel tuvo un bajo costo que provocó un desajuste económico en el trabajo de dichos productores, pues se llegó a comprar a \$10 pesos el kilo, mientras que, en años anteriores, los costos no bajaban de \$30 pesos. Como puede observarse, esta situación se tornó grave, e incluso, los entrevistados dijeron que fueron condicionados por la calidad de la miel, la cantidad de producción y un sinnúmero de factores que nunca antes habían tenido.

Respecto a la calidad de miel, debe señalarse que la mayor producción de miel es en el mes de junio, debido a la temporada de flor de *ts'alam* (*Lysiloma latisiliquum*), pero tiene poco espesor, por lo que los compradores realizaron filtros rigurosos (que antes no se observaban), poniendo como condición que si posee entre los 18 a 20 grados de viscosidad se las compran, de lo contrario serían rechazados. Esto último fue lo que ocurrió con la mayoría de los productores quienes, además están considerando dejar esta actividad, pues no solo ya no es redituable, sino que sus hijos no están interesados en aprenderla por lo poco atractivo del negocio, por lo que es importante diseñar estrategias que permitan mantener viva esta actividad apícola; de ahí la importancia de esta investigación, la cual como se mencionó al principio, busca impulsar el consumo de la miel por medio de un estudio multidisciplinario que permita la valoración alimentaria, ambiental y cultural a través de la ruta gastronómica bio-cultural TUT y por lo tanto, la preservación de la actividad apícola.

En cuanto al uso de la miel, se encontró que no hay una ingesta significativa de ella entre los mismos productores (por autoconsumo); la razón por lo que esto ocurre según los resultados obtenidos, es por el modo en que la miel ha sido vista por los apicultores; ellos lo ven únicamente como un producto para comercializar y obtener un ingreso económico que les permite mantener a sus familias. Asimismo, es claro observar cómo los alimentos industrializados como los *hot cakes*, el pan de caja, etc., que han sido integrados en la dieta de los habitantes de las tres comunidades, son acompañados con la miel que producen. También los resultados de las encuestas mostraron un desinterés en realizar bebidas y platillos tradicionales, donde la miel sea el ingrediente principal, lo que implica un cambio en los usos y tradiciones propios de la milpa maya. Sin embargo, después de que ellos comprendieron las bondades de una ruta gastronómica bio-cultural en sus comunidades, se mostraron interesados en aprender a preparar alimentos cuyo ingrediente principal sea la miel, pues desconocen cómo es su manejo en el ámbito gastronómico. Además, agregaron que estos platillos no solo podrían servirles a ellos, sino que podrían ser un atractivo aún más fuerte para la visita de los turistas.

Además, se observó que la mayoría de los entrevistados consideran que la miel es útil como medicamento, por ejemplo, para curar algunas heridas o tos. Creen que además de ser enfermedades que se atienden en primer momento, también la miel resulta ser mucho más disponibles y accesibles y con eficacia comprobada.

Esto contrasta en cómo esos conocimientos sobre los usos que se han transmitido desde generaciones atrás, chocan con otras formas de acompañar algunos alimentos para consumo, es decir, consideraran a la miel como un buen medicamento, pero no un alimento de calidad, o al menos, no tan bueno como para consumirlo de manera frecuente.

Respecto a las ceremonias, ningún apicultor realiza algún ritual para la protección de las abejas; únicamente al llegar a sus apiarios dan una bienvenida a sus colmenas dándoles pequeños saludos. Un dato importante sobre las creencias, fue la relevancia de no ir pronto a los apiarios cuando se estuvo en un velorio o cerca de una persona fallecida, hasta al menos 15 días después, porque de hacerlo, la cantidad de colmenas podrían disminuir.

Por último, los datos mostraron que existe una respuesta positiva hacia el turismo en las áreas apícolas; sin embargo, en un municipio (Uayma) los apicultores no estuvieron de acuerdo en recibir visitantes en sus apiarios, debido a las creencias culturales de evitar que sus abejas fueran perjudicadas al recibir gente que hubiese asistido a un funeral o que una futura visita, no respetara sus usos y costumbres.

En general, durante las visitas con los apicultores, se puede observar un choque entre lo cultural (particularmente en el estilo de vida) y lo turístico, debido a que los apicultores estuvieron de acuerdo en recibir visitas de turistas, pero se percataron de poner en consideración la lejanía hacia sus apiarios, para no ser objeto afec-

tar su producción ni cansar a los turistas; los días de asueto (prácticamente ellos tienen el domingo disponible, excepto en el horario de misa); y el horario de trabajo (ellos comentaron que estaban dispuestos a recibir gente entre las 4 y 6 de la tarde).

Lo anterior, mostró que, aunque los apicultores interesados en el proyecto, no han concebido la responsabilidad que se adquiere al proporcionar un servicio turístico, en donde los visitantes, buscan áreas disponibles para presentarse en el lugar con mayor disponibilidad en días y horarios.

Por otro lado, existe la posibilidad de participar en un museo comunitario en el municipio de Uayma y Temozón, en donde se pretende trabajar con un área temática relacionada a la apicultura y el consumo de la miel.

Otro factor importante fue la estrategia comunicativa a través de productos audiovisuales y radiofónicos, pues no solo sirvió como un medio masivo, sino que incrementó el interés por visitar áreas de producción mielera y la iniciativa de crear nuevos productos alimenticios con dicho ingrediente.

Por otra parte, se determinó el medio que las comunidades emplearán para cada rol que deseen desempeñar (emisor o receptor). Si es solo para entretenerse, en estado pasivo, están los medios masivos como la televisión y la radio cuyo contenido es más general e incluso global, aunque no lo perciben cercano. Ahora bien, si desean compartir un mensaje, acuden al sistema de voceo de su comunidad e incluso del

más cercano a su domicilio. Como dato particular, la comunidad de Tinum, desde hace más de 10 años ha llevado a cabo esta mecánica de difusión comunitaria y hasta hoy se ha detectado cerca de cinco casas que ofrecen este servicio. El voceo en el comisariado en las tres localidades, lo tienen también como un medio informativo para convocar a reuniones relacionados con el gobierno. El voceo móvil (perifoneo) no es propia de la comunidad, sino que provienen de otros lugares y que son contratados para anunciar eventos como bailes o la feria del pueblo.

Entre los principales resultados de la investigación se tiene que, en los tres municipios se trabajará con la mercadotecnia social con estrategias de comunicación interna y externa, la interna, conformada por el productor y el consumidor local, y la externa dirigida al segmento nacional y extranjero. Como primeros avances en estrategia interna, se viene trabajando con los apicultores para crear un cambio de actitudes hacia la idea del abandono de esta actividad y de que sus hijos no están interesados en aprenderla. Para ello se organizan reuniones y mesas de trabajo colaborativos y participativos con el fin de identificar e interpretar los valores culturales, nutricionales y ambientales, así como diseñar formas de comunicar visual, oral o escrito sobre su producto o labor. También se realizan visitas en algunos apiarios, que el apicultor autorice, para que éste explique el proceso lo que permite que el productor estructure un mensaje claro, conciso y se desenvuelvan de manera segura, reforzando la forma de comunicar su actividad y su producto.

Ahora bien, ya que la mayoría de los apicultores son mayahablantes se integrarán a los hijos quienes traducirán el mensaje, con ello se reduce la brecha de la lengua y los jóvenes se involucran, en un principio, como traductores. Por otro lado, la estrategia para el consumidor local será incrementar el conocimiento que se tiene sobre la labor apícola y las nuevas formas de uso de la miel en el ámbito alimenticio a través de talleres didácticos con los niños que elaboren cuentos en lengua maya cuya temática sea la abeja; y talleres de gastronomía para el público en general donde haya intercambio de experiencia en las nuevas formas de consumir la miel.

Con la información recabada en cada una de las actividades se producirán contenidos audiovisuales que van desde documentales, spots, cápsulas informativas, radioteatros y libros didácticos que promuevan la vida e importancia del apicultor. Estos materiales se difundirán a través de los canales de comunicación que más se consumen a nivel local, lo que de acuerdo a los datos recabados se propondría tres medios:

- a) El voceo como medio alternativo que garantizaría un impacto en el segmento que se desea además de ser accesible para los productores que en un futuro deseen anunciarse.
- b) El Whats App, red social que permitirá la interacción entre los consumidores y apicultores. Así como la diversidad en formatos audiovisuales.
- c) La radio como medio masivo económico que permitirá una amplia cobertura.

Por último, presentaciones culturales donde se proyecten los documentales y compartan sus experiencias los apicultores, así como la muestra y venta de sus productos.

CONCLUSIONES

Se puede afirmar que la práctica de la apicultura en los tres municipios, ha funcionado como una actividad económica que genera ingresos económicos y que beneficia a los productores, pero también se observa una disminución en el consumo familiar y por ende local, debido a que es comercializada en su totalidad a un intermediario. Es por ello que en los resultados se observa la necesidad de implementar estrategias que permitan revitalizar en la comunidad el consumo de este producto no únicamente por los beneficios medicinales, sino también para el rescate de platillos o bebidas tradicionales mediante una ruta turística que pueda ofertarse, tomando en cuenta la cosmovisión que tienen sobre el trabajo como apicultores.

Aunque la producción de miel es de gran importancia para los apicultores, no solo por el legado histórico y cultural, sino por ser una fuente de ingreso económico, se deben buscar nuevas estrategias de comercialización, especialmente hacia un ámbito local, pues los intermediarios están condicionando no solo el precio, sino las características de la miel, debido a la competencia con otros productores y los problemas ambientales que se han generado.

Lo que se busca con este proyecto, es que el productor, participe en la ruta TUT, pues su trabajo resulta ser un atractivo turístico, sin embargo, se encuentra condicionado por los usos y costumbres de los mismos apicultores. Por ello, debe crearse una estrategia que permita su inmersión al ámbito turístico, como primer paso puede ser el aprovechamiento de la venta de su producto a los turistas, por ejemplo, en el caso de Uayma cuyo principal atractivo es su iglesia y recibe varios visitantes. Lo mismo ocurre para el municipio de Temozón, el cual no solo es conocido por su gastronomía local (carne ahumada y longaniza), sino también por sus artesanías. Además de que existe la alternativa de crear recorridos a algunos apiarios, y la posibilidad de participar en los museos comunitarios tanto de Tinum, como de Uayma. Todo ello, considerando el respeto e impulso cultural de un trabajo ancestral como la apicultura.

Cabe señalar, que es natural que los apicultores desconozcan cómo es el comportamiento de los turistas, pero para ello, se puede crear una ruta que permita que ellos se involucren, sin descuidar sus actividades labores como propone Echarreta (2015), en donde, es necesario tomar en cuenta qué es lo que buscan los apicultores, cómo lo requieren y su disponibilidad para el proyecto. Sin embargo, el trabajo es arduo, a través de la capacitación de los participantes, así como de aquellos pobladores que quieran integrarse al proyecto.

Como explican Hirose *et. al* (2017), para el campo de la interpretación del patri-

monio y enfocarlo al turismo, el reto no es fácil, pues para un turismo convencional la oferta de servicios, innovación e infraestructura es lo que marca la tendencia en la selección de lugares que un turista puede demandar, en cambio cuando se trata de un turismo patrimonial, el visitante busca algo más allá de la simple recreación, busca aprendizaje y afectividad. Otro de los retos encontrados fue seleccionar con qué tipo de patrimonio cultural o natural cuentan las localidades, además de su acceso, significado y repercusión.

De esta manera, se comprueba lo que Gutiérrez *Et. al.* (2008) señalan y es que la creación de un proyecto turístico bien planificado y participativo, permite generar emociones entre los pobladores para que la valorización de su patrimonio genere un sentido del lugar, su condición de vida y por supuesto propuestas significativas en actividades económicas. En este caso, la apicultura y el consumo de la miel local, permitirán una identidad única en el oriente de Yucatán.

Por último, los resultados de la investigación mostraron que, en los tres municipios, se trabajará de manera local con la mercadotecnia social con estrategias de comunicación interna y externa, la primera, conformada por el productor y el consumidor local, y la segunda, dirigida al segmento nacional y extranjero: el voceo móvil (perifoneo), voceo por parte de la comisaría y la radio. En tanto, para impulsar el consumo de la miel local, se busca la difusión de medios masivos como spots y cápsulas informativas en la

radio, la televisión y las redes sociales.

La labor de los medios masivos sería la de informar para formar a la sociedad local, el consumo de la miel en sus diversas presentaciones ya no solo en el aspecto curativo o cosmetológico sino abrir ese abanico de opciones en los alimentos en las que puede incorporarse. Por lo que de acuerdo a los datos recabados se pondría tres medios: el voceo, el Whats App y la radio.

De esta forma, la ruta TUT, no solo estaría integrando una forma de trabajo tradicional como la apicultura, sino que por medio de una nueva estrategia económica como el turismo bio-cultural, podría impulsar no solo el consumo local, sino que mostraría a los habitantes del área, nuevas formas de consumo por medio de la revitalización de platillos tradicionales, así como de nuevas formas de alimentación. Lo anterior, sería impulsado por medios de comunicación masivos.

BIBLIOGRAFÍA

- Caro González, F. J., Acosta Guzmán, J. A., Orgaz Agüera, F., & Castellanos Verdugo, M. (2015). Turismo, desarrollo sostenible y percepción de los stakeholders. Un estudio de caso en República Dominicana. *Revista de Economía del Caribe*, 15, 153-182.
- CEIEG Veracruz . (2018). Cuadernillos Municipales . Obtenido de Cuadernillos Municipales: <http://ceieg.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/21/2018/05/Cuitl%C3%A1huac.pdf>chilecollector.com . (s.f.). Recuperado el 19 de marzo de 2017, de http://www.chilecollector.com/archwebpost00/archwebpostcity01/valparaiso_ascensores.html
- CONABIO. (2011). Plan Rector para promover una Denominación de Origen de mieles de la Península de Yucatán. México: CONABIO; AECID.
- CONABIO. (2011). Plan rector para promover una Denominación de Origen de mieles de la Península de Yucatán. México: CONABIO y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.
- López, K. (2011). El mercado Mundial de la miel de abeja. Costa Rica: Dirección de Inteligencia comercial, PROCOMER.
- Garry, S., Parada Gómez , Á., & Salido Marcos, J. (2017). Incorporación de mayor valoren la cadena de la miel y productos derivados de la colmena en el Pacífico Central, Costa Rica . México: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) .
- Alfaro Bates , R., Burgos Pérez , A., Mogueel Ordoñez, Y., Godínez García, L. M., Villanueva Gutierrez, R., Romero Rojas, O., y otros. (2011). Plan rector para promover una denominación del origen de mieles de la Península de Yucatán . México: Comisión Nacional para el conocimiento y el uso de la biodiversidad y Agencia Española de Cooperación para el desarrollo.
- A Casas Jurado, D. S. (2012). El turismo comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: Potencialidades para su desarrollo en Cuzco, Perú. *Cuadernos de Turismo* No. 30 , 91-108.
- Ander, E. (2000). Metodología y práctica del desarrollo de la comunidad 2. El método del Desarrollo de la comunidad. Colección Política, Servicios y Trabajo social. Buenos Aires: Humanitas.
- Antolín, M. (2008). La difusión de las prácticas de responsabilidad social en las empresas multinacionales. . *Pecunia: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, Universidad de León , 1, 33-64.
- Arcay, A. O., Rodríguez Bugarín , M., & Novales Ordax, M. (2003). Transporte por cable. Coruña : Tórculo Artes Gráficas.

- Araújo, N. (2012). El agroturismo como alternativa de ocio. Análisis del perfil de agroturista en el Parc Agrari del Baix Llobregat (Cataluña). *Revista de investigación y desarrollo local*. Vol 5, N° 12 .
- Arévalo, G. (2018). La ruta turística enológica en Querétaro y Baja California, México: Un enfoque estratégico. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/riat/v14n2/0718-235X-riat-14-02-00122.pdf>
- Ariagnis Camellón, D. O. (03 de 2009). El autodesarrollo comunitario. Críticas a las mediaciones sociales recurrentes para la emancipación humana. Recuperado el 01 de 04 de 2011, de *Contribuciones a las ciencias sociales*: www.eumed.net/rev/cccss/03/cpog.htm
- Barrera, E. (2016). Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola. Montevideo, Uruguay: OIT/Cinterfor.
- Echazarreta, M. (2015). Apicultura y producción de miel en Yucatán. *Contexto social y económico* , 109-111.
- Egels-Zandén, N., & Wahlqvist, E. (2007). Post-partnership strategies for defining corporate responsibility: The business social compliance initiative. *Journal of business ethics* , 70 (2), 175-189.
- Espina, M. (2003). Debates sobre estado, pobreza, participación y desarrollo. Ciclo de seminarios Fórum Social Brasileiro, Belo Horizonte. Recuperado el 2011 de 04 de 03, de <http://ebookbrowse.com/mayra-paula-espina-esp-pdf-d75761673>
- FEPTCE. (2007). Manual de calidad para la gestión del Turismo comunitario en Ecuador. Quito: FEPTCE.
- Fernández, J., & Ku, R. (2017). Mirada turística, imagen turística, autenticidad. Prácticas y experiencias de turistas nacionales en Mérida, Yucatán. *Temas Antropológicos, Revista Científica de Investigaciones Regionales* , 39 (1), 105-132.
- Figueroa, L. (2014). Desarrollo de productos turísticos rurales sustentables. Propuesta y validación de expertos respecto a tres variables. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1934/193435584005.pdf>
- Freyre, J. (2010). La investigación como herramienta para el desarrollo comunitario. Santa Clara - Cuba: Universidad Central Marta Abreu.
- Fuente, L. C. (1994). Educando en la participación y la convivencia ciudadana. Santa Fé de Bogotá. Recuperado el 2011 de 09 de 19, de <http://es.calameo.com/books/000334286f888ad4720b4>
- Güemez Riclade, F., & Villanueva, R. G. (2006). Aplicación de métodos económicos de análisis de costos en el producto miel. Quintana Roo: Universidad de Quintana Roo.
- GAD Parroquial de El Cisne. (2015). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia de El Cisne. El Cisne: GAD Parroquial El Cisne.

- García, A., & Córdoba, J. (2015). Regionalización socio-productiva y biodiversidad. *Biodiversidad y desarrollo humano*, 63-70.
- García, N. (2017). El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del Cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador. (file:///C:/Users/Octavio/Desktop/CUATRI-MESTRES/CUERPO%20ACADEMICO/SEP-DIC%202019/El%20producto%20tur%C3%ADstico%20comunitario.pdf).
- García-Martínez, A. K., Serrano-Barquín, R. D., Osorio-García, M., & López-Carré, E. (2015). Percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo local. Caso San Pedro Tultepec, México. *Turismo y sociedad*, 16, 43-65.
- Golovina, N. (2014). La comunicación masiva y el comportamiento del consumidor. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 10 (28), 190-198.
- González Valadez, D. I., Fonseca Morales, M. A., & Dachary, A. C. (2014). Aprovechamiento del potencial turístico natural y cultural de El Colomo, Nayarit, como. *Teoría y Praxis*, 29.
- González-García, R. J., Parra, D., Ferran, C., & Añó, V. (2016). Percepción de los residentes sobre el impacto del Mundobasket 2014 en Gran Canaria y apoyo a la celebración de eventos deportivos. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte.*, 11 (2), 279-288.
- Gómez, J. (2015). Agroturismo en el desarrollo turístico sustentable de San Juan Chicomezúchil, Oaxaca, México. Obtenido de <http://ru.iiec.unam.mx/3004/1/Eje11-060-Gomez-Mendoza-Velazquez.pdf>
- Gustavo Romero, R. M. (2004). La participación en el diseño urbano y arquitectónico en la producción social del hábitat. Mexico D.F.: CYTED-HABYTED-RED XIV.F.
- Gutierrez, N., & Maragliano, G. (2008). La Interpretación del Patrimonio en el Turismo y la Recreación: Una gestión participativa que revela significados. IX Congreso Argentino de Antropología Social. Posadas: Universidad Nacional de Misiones.
- Hirose, J., & Murguía, C. (2017). Diagnóstico interpretativo para la integración de una ruta de turismo biocultural en los municipios de Uayma, Tinum y Temosón, Yucatán. En *El patrimonio cultural y natural del pueblo maya* (págs. 7-32). México: Universidad de oriente.
- Hirose, J., Murguía, C., Tuz, L., Magaña, N., & Uitz, M. (2017). Interpretar el patrimonio. Diagnóstico de la elaboración de dos rutas turísticas del universo patrimonial de los pueblos mayas del suroriente yucateco. En M. Espinoza, & C. Landa, *Entre la Tradición y la Modernidad. Debates interdisciplinarios* (págs. 229-250). México: UAQ.

- INEGI. (2015). Cuadernillos municipales. Obtenido de <http://ceieg.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/21/2018/05/Cuitl%C3%A1huac.pdf>
- Johnson, R. (1977). Casa Achuar . Quito: Mundo Shuar: Centro de Documentación, Investigación y Publicaciones.
- Macías, R. (s.f.). Metodología para el desarrollo comunitario. Recuperado el 2011 de 04 de 13, de www.cooperahabana.org/cdl/images/4/4c/METODOLOGIA_PARA_EL_DESARROLLO_COMUNITARIO.pdf
- Magaña Magaña, M. A., Tavera Cortés, M. E., Salazar Barrientos, L. L., & Sanginés García, J. R. (2016). Productividad de la apicultura en México y su impacto sobre la rentabilidad. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas* , 1103-.
- Marcos, L. A., & Rodriguez, G. A. (2007). Análisis del mercado de la Miel: un abordaje desde el marketing. XII Jornadas Nacionales de la Empresa Agropecuaria (pág. 17). Tandil, Argentina: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.
- Marins, S. R., Mayer, V. F., & Fratucci, A. C. (2015). IMPACTOS PERCIBIDOS DEL TURISMO. Un estudio comparativo con residentes y trabajadores del sector en Rio de Janeiro-Brasil. . *Estudios y perspectivas en turismo* , 24 (1), 115-134.
- Martínez-Fernandez, V., Viñán-Merced, C., Ludeña, A., Sácñhez-Cevallos, E., Suasnavas-Rodríguez, M., Bustamante-Sánchez, N., y otros. (2018). El turismo comunitario como instrumento en el desarrollo humano de las parroquias Mangahurco y Cazaderos del cantón Zapotillo, provincia de Loja: Generación de un modelo aplicado basado en la inclusión, sostenibilidad, género y naturaleza. Loja: Ediloja.
- Mas, L. (2013). “Diseño de un proyecto de agroturismo para La Solana en Bélgida (Valencia, España)”. Gandía: Universidad Politecnica de Valencia Escuela Politecnica Superior de Gandía Grado en Gestión Turística.
- Meza, J. ((2008)). Agroturismo, una alternativa de desarrollo local para las fincas productoras de cacao: caso Apovinces provincia de Los Rios Ecuador. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2016/turismo/ccf.pdf>
- MINCETUR . (2012). Manual para la formación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional . Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Formulacion-InventarioRecursosTuristicos-NivelNacional.pdf>
- MINCETUR. (2014). Manual para la planificación de productos turístico . Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/>

- documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019). Ministerio de Turismo del Ecuador. Recuperado el 10 de 07 de 2019, de <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-en-ecuador-cuenta-con-cinco-hitos-en-2019/>
- Morales, L. (2015). Agroturismo y competitividad como oferta diferenciadora: el caso de la ruta agrícola de San Quintín, Baja California. Obtenido de file:///C:/Users/Octavio/Desktop/QUATRIMESTRES/CUERPO%20ACADEMICO/SEP-DIC%202019/propuesta%20de%20agroturismo%20en%20la%20ruta%20agr%C3%ADcola%20de%20Valle%20de%20San%20Quint%C3%ADn%20B.C..pdf
- Moreira-Wachtel, S., & Tréllez Solís, E. (2013). La interpretación del patrimonio natural y cultural. Una visión intercultural y participativa. Lima, Perú: Ministerio del Ambiente.
- Municipio de Loja. (20 de 02 de 2019). Municipio de Loja. Obtenido de Municipio de Loja: <http://www.loja.gob.ec/contenido/parroquias>
- Muñoz-Barriga, A. (2017). Percepciones de la gestión del turismo en dos reservas de biosfera ecuatorianas: Galápagos y Sumaco. Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía , 2017 (93), 110-125.
- OMT. (2015). La Sustentabilidad del Turismo según la OMT.
- Orgaz Agüera, F. (2015). El ecoturismo como motor de desarrollo en zonas rurales: un estudio de caso en República Dominicana. Estudios y perspectivas en turismo , 40 (1), 47-76.
- Ponce, M. (2009). Agroturismo y desarrollo rural en destinos turísticos del interior: el caso de finca Hacienda Los Granadicos en Moratalla (Murcia). Cuadernos de Turismo.
- Proyecto de investigación interno - UTPL. (2014). Generar desarrollo comunitario en los cantones Zamora y Yacuambi a partir de la valoración del ecoturismo como fuente de ingresos y mejora de la calidad de vida. Loja.
- Puig, O. (2014). Los medios de comunicación masiva y su impacto social en el proceso económico. Hitos de Ciencias Económico Administrativas (58), 100-102.
- Riera, C. (2010). El desarrollo: el camino de su redescubrimiento. Santa Clara - Cuba: Universidad Central Marta Abreu.
- Schmitter-Soto, J.J. (2017). Los cenotes de la península de Yucatán. En G. d. Lanza, & J. García, Lagos y presas de México (pág. 1). México: México : AGT Editor.
- SAGARPA. (2010). Situación actual y perspectiva de la apicultura en México. Revista Claridades agropecuarias , 3-34.

- Sánchez, C., Castignani, H., & Rabaglio, M. (2018). *El Mercado Apícola Internacional*. Argentina: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria .
- Sayadi, S. C. (2001). *Agroturismo y desarrollo rural: situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del sureste español*. España: Cuaderno de turismo.núm. 7.
- SECTUR . (2010). *Compendio de estadísticas ambientales* . Obtenido de http://aplicaciones.semarnat.gob.mx/estadisticas/compendio2010/10.100.13.5_8080/ibi_apps/WFServlet43c3.html
- SECTUR . (2016). *Diario oficial de la federación* . Obtenido de <http://www.sectur.gob.mx/PDF/ACUERDO%20CATA%CC%81LOGO.pdf>
- SECTUR. (2019). *Portal del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica de Turismo - SNIEGT*. Obtenido de <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- SECTUR. (2019). *Visualización de datos: Yucatán*. Recuperado el 3 de agosto de 2019, de <https://www.gob.mx/sectur/#200>
- SEFOTUR. (2016). *Resultados de la actividad turística de Yucatán*. Yucatán, México: Gobierno del Estado de Yucatán.
- Segura, V.J. (2010). “Propuesta para la implementación de agroturismo en la finca Doris Rivera en el cantón Yaguachi, provincia del Guayas, para el desarrollo turístico y económico del sector.”. Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Sen, A. (1998). *Desarrollo y Libertad*. Bogotá: Planeta.
- Taller de proyectos arquitectónicos IV - UTPL. (2014). *Proyecto arquitectónico en el barrio San Miguel de Napurak*. Loja.
- Teegen, H., Doh, J. P., & Vachani, S. (2004). The importance of nongovernmental organizations (NGOs) in global governance and value creation: An international business research agenda. *Journal of international business studies* , 35 (6), 463-483.
- Tirado, J. (2017). *La funcionalidad turística de los espacios rurales: conceptualización y factores de desarrollo*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/171/17154972015.pdf>
- Tirado, R., Simon , G., & Johnston, P. (2013). *El declive de las abejas Peligros para los polinizadores y la agricultura de Europa*. Reino Unido: Unidad Científica de Greenpeace .
- Tuñón, E. (2012). *Diagnóstico estatal y regional de los sistemas de ciencia, tecnología e innovación: perspectivas para su desarrollo regional*. México: CICY.
- Urquiola, O. (2016). *La ruta agro turística y de naturaleza Banaggua de la provincia El oro*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v8n3/rus17316.pdf>

Vargas Sánchez, A., & Vaca Acosta, R. M. (2009). Il ruolo della Pubblica Amministrazione spagnola nella promozione della responsabilità sociale d'impresa. *Sinergie-Rapporti di Ricerca*, 30, 45-61.



**HACIA UN TURISMO EN ESPACIOS RURALES
CON DESARROLLO LOCAL A TRAVÉS DEL
MODELO DE GESTIÓN PARA RESULTADOS**

Manuel Hernández Luna

INTRODUCCIÓN

Dadas las condiciones de saturación y falta de tranquilidad de la vida urbana, así como la situación precaria de las zonas rurales e indígenas en nuestro país, se concibió la idea de que los espacios rurales podrían ser una alternativa para la relajación y disfrute de la naturaleza por los ciudadanos, a la vez, una oportunidad de diversificar las actividades productivas de las zonas rurales, con la generación de empleo para mejorar la condición de vida de las comunidades. Visto en esta perspectiva, pareciera que la solución a problemas añejos de pobreza y abandono de las comunidades rurales podrían encontrar mejoría, asimismo, para las sociedades urbanas se presenta la oportunidad de encontrarse con sus raíces, revalorando su cultura y el cuidado al medio ambiente, mejor escenario no podía haber, sin embargo, exige de muchas condiciones y elementos para alcanzar este propósito.

Los ejidatarios de la zona norte del Estado de México, solicitaron a la Facultad de Turismo y Gastronomía apoyo para mejorar la condición de sus parques ecoturísticos, se participó en los de “Ha Maaloma”; “Llano de Lobos” en el municipio de Villa del Carbón, y Parque Indígena “La Pluma” en el municipio de Chapa de Mota, el objetivo fue analizar su situación para identificar oportunidades de mejora y elaborar propuestas para poner en práctica en el corto plazo, la intervención de la Facultad, fue con la participación de profesores y alumnos de los últimos semestres, por lo que se

optó por el método de investigación cooperativa (Bartolomé, 1986). Que pone el acento en vincular la investigación, la acción y la formación.

Se parte de una breve mención del contexto político de nuestro país, sobre la propuesta de cambio de régimen gubernamental que no es posible soslayar, de igual manera se hace referencia a los actores gubernamentales que han participado en el desarrollo del turismo en espacios rurales de nuestro territorio y la manera en que han conceptualizado este tipo de actividad, para posteriormente aterrizar en el análisis de las condiciones y características de los parques, exponiendo los hallazgos encontrados, y en las conclusiones se resumen los factores que han influido en el fracaso de los programas, se realizan propuestas poniendo énfasis en la implementación del Modelo de Gestión por Resultados, del que se expone tanto antecedentes como el marco jurídico en que se funda, los componentes del mismo, para finalmente presentar algunas sugerencias.

METODOLOGÍA

Ante la precaria situación de algunos de los parques ecoturísticos que conforman La “Unión Forestal de Fauna y Agrícola de la Región IX de Jilotepec, Estado de México S.C.” (UMAFOR I509), éstos solicitaron a la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), apoyo para elaborar propuestas orientadas a mejorar las condiciones de los parques ejidales de la Unión Forestal.

Al tratarse de un problema de la realidad, planteado por un grupo afectado, del cual era necesario conocer la problemática específica para la intervención, que involucraría a profesores y alumnos de la Facultad de Turismo y Gastronomía, se optó por utilizar la metodología de la investigación cooperativa planteada por Bartolomé (1986). Dado que es especialmente propicia para la exploración y diagnóstico, e intenta abordar las diferentes realidades de un hecho o problema determinado, Según Bausela (2003) este tipo de investigación:

intenta abordar las diferentes realidades desde su especificidad histórico contextual. Su objetivo, siempre es la resolución de uno (os) problema (s) y la transformación de situaciones, incorporando al “grupo afectado” como agente en el proceso, desde la información, a la intervención y evaluación de resultados. (p. 123)

En esta metodología es relevante que los involucrados, tanto investigadores como grupo afectado, comprendan y participen en el proceso para utilizar los resultados de la investigación en beneficio de los afectados, que en este caso están solicitando el apoyo.

En tal virtud, se planteó como primer paso del proceso de investigación, analizar las características y condiciones de los parques ecoturísticos, para con ello proponer alternativas que propicien su mejora. Con el fin de hacer partícipes a las partes involucradas, se llevó a cabo una primera reunión entre los ejidatarios que

conforman la UMAFOR 1059 y las autoridades y profesores de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la UAEM, con el propósito de conocer las expectativas de los ejidatarios, se percibió que su mayor preocupación se centra en: Aumentar la afluencia de visitantes, asesoría en general, conseguir recursos económicos para construir más servicios, capacitación en organización y administración, arreglo de los caminos a los parques, publicidad de sus parques, en algunos casos equipamiento para ofrecer otros servicios como rapel, montañismo, alguno dijo no contar con luz en el parque.

Ante este panorama, se formaron equipos con alumnos de los últimos semestres (octavo semestre), de la Unidad de Aprendizaje de Destinos Turísticos de la Licenciatura en Turismo, y con base a la respuesta de interés manifestada por los ejidatarios interesados, se realizó la investigación en los parques “La Pluma” del municipio Chapa de Mota y los parques “Ha Maaloma” y “Llano de Lobos” en el municipio de Villa del Carbón. Se realizó la planificación de la investigación, se definieron las categorías de análisis, se levantó información documental y cartográfica de los parques, se prepararon cédulas de inventario, una vez contando con la información documental se procedió a realizar seis visitas de campo que tuvieron como propósito; reconocimiento de la zona de estudio, reunión *in situ* con ejidatarios para presentar a los integrantes de cada equipo responsable de participar en ese parque y acordar fechas de las demás visitas de campo, para realizar diagnóstico y evaluación de recursos y atractivos, analizando los siguientes ele-

mentos: vialidad, movilidad, señalización, detectar necesidades de organización y administración, capacitación, acompañamiento, para con base en ello presentar propuestas tanto a los ejidatarios de los parques como al presidente de la UMAFOR 1059.

CONTEXTO

En situaciones de crisis económica, el turismo es una de las actividades más socorridas para promover el desarrollo de una localidad o determinada región, se le atribuyen grandes beneficios, como el efecto multiplicador en la generación de empleos, distribución de la riqueza, desarrollo de servicios, entre otros, esta idea está fundada en los resultados que ha tenido, sobre todo en los destinos turísticos consolidados, sin embargo, aunque el turismo genera beneficios, no podemos dejar de reconocer que conlleva también situaciones negativas cuando se soslaya la planificación y la masificación rebasa la capacidad de carga del destino.

El turismo en espacios rurales ha tomado relevancia a partir de la implementación de políticas y acciones que tanto los Organismos Internacionales, como los gobiernos, han llevado a cabo para paliar los desniveles y difícil situación económica, social y de bienestar de las comunidades rurales, el abandono a este sector de la sociedad trajo como consecuencia la escasez de empleo, infraestructura, inversiones, servicios, entre otros, produciendo migración a las zonas urbanas en busca de oportunidades para una mejor condición de vida, en general, los espacios rurales, por muchos años, permanecieron en el olvido,

en contraste con el desarrollo de las zonas urbanas (Cánoves, 2006). En las que se concentran la mayoría de servicios, comunicación, empleo, desarrollo tecnológico, que hacen la ilusión de mayor bienestar, aunque, por otro lado, también padecen de males como contaminación de todo tipo (ruido, visual, atmosférica), hacinamiento, estrés, entre otras consecuencias “naturales” de las altas concentraciones en espacios reducidos.

En México, con el arribo del Lic. Andrés Manuel López Obrador a la presidencia del país (2018-2024), quien se ha manifestado en contra del neoliberalismo, y propuesto iniciar lo que ha llamado una Cuarta Transformación (4T), considerando como eje central una cruzada en contra de la corrupción, que a su parecer, contaminó la gran mayoría de las acciones gubernamentales, se percibe cierta incertidumbre en el rumbo que pueden tomar algunas actividades, entre ellas el turismo, que se pretende orientar al beneficio local. En el contexto actual en México, de cambio de régimen, el turismo no acaba de definir un rumbo claro, el plan de desarrollo turístico nacional se encuentra en ciernes, alrededor de un año del cambio de gobierno siguen prevaleciendo dos tipos de turismo, el Turismo Tradicional o Convencional que considera las modalidades sol y playa; turismo cultural; turismo de salud; turismo religioso; deportivo; turismo especializado de lujo, y por otro lado el “Turismo Alternativo” que considera al Turismo de Naturaleza, que a su vez incluye las modalidades de Ecoturismo, Turismo de Aventura y Turismo Rural (DOF, 2013). Las acciones que la presente administra-

ción emprende, continúan impulsando primordialmente el turismo de Sol y Playa, enfocándose a seguir atrayendo turismo internacional, la variante es de privilegiar el monto de ingreso de divisas sobre el número de turistas, incursionando ahora en países asiáticos, poniendo especial atención en China, considerando que los chinos están viajando por el mundo, convirtiéndose en un mercado muy atractivo para la mayoría de los destinos internacionales consolidados, dado que se estima se desplazan en grupos numerosos, consumen y gastan más que el resto de turistas promedio internacionales.

Algunas de las variantes que se anuncia en la actual administración, al menos en el discurso, es que se pretende un mayor beneficio local, “No puede haber un turismo de lujo, con una periferia de pobreza y marginación”, se está apoyando a las zonas marginadas de los destinos turísticos consolidados, con servicios y vivienda a través de programas de la Secretaría de Desarrollo Agrario Territorial y Urbano (SEDA-TU), y no así buscando el beneficio local con un cambio para alentar la inversión de los locales, se sigue buscando los grandes capitales para fortalecer el turismo de sol y playa. En otro sentido, el Turismo Alternativo, especialmente el turismo de naturaleza, se sigue orientado preferentemente para el mercado nacional.

El turismo rural o, mejor dicho, turismo en espacios rurales, aún no ha sido considerado en el discurso del actual gobierno, sigue en las mismas condiciones, relegado de las demás modalidades de turismo, con importantes desniveles, así como podemos

encontrar algunos casos de éxito, la mayoría de las veces estos programas han significado fracasos en su implementación y desarrollo. (González, Osorio, Thomé, 2018)

EL TURISMO DE NATURALEZA EN COMUNIDADES RURALES E INDÍGENAS

Se hace necesario revisar los conceptos para valorar y distinguir el tipo de turismo que se debe y puede implementar en los espacios rurales, a partir de sus circunstancias y condiciones, para definir cuál es el que se requiere y cuál se puede implementar, con qué características y en qué condiciones.

Para el desarrollo de los programas que dieron origen a los programas de apoyo a las comunidades rurales, en los que se incluye a los parques ecológicos en estudio, se tomaron como base los conceptos que planteaba la Secretaría de Turismo (2004) considerando los siguientes segmentos del sector que, con muy pocas variantes, sigue vigente hasta ahora: sol y playa; turismo cultural; turismo de naturaleza, aventura y ecoturismo; turismo de salud; turismo religioso, deportivo; y turismo especializado de lujo. Dentro del Turismo de Naturaleza, que a su vez era dividido en tres tipologías, Ecoturismo, Turismo de Aventura y Turismo Rural, los tres conceptos coinciden en el contacto con la naturaleza, el cuidado del medio ambiente y aprovechamiento sustentable; sin embargo, cada uno se distingue del otro por las actividades a las que se orientan con mayor preferencia, por ejemplo, el ecoturismo se orienta a los turistas que,

además de disfrutar de actividades recreativas en contacto con la naturaleza, participan activamente en la conservación del medio ambiente; el turismo de aventura involucra actividades recreativas vinculadas a desafíos impuestos por la naturaleza, y que compromete la capacidad física de los turistas para vencer dichos obstáculos, pone a prueba sus habilidades y destreza física; el Turismo rural se le definió como aquellos “Viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma.” (SECTUR, 2004, p. 23). Visto así, hace suponer un turismo donde el turista se hospeda en la comunidad rural, consume lo cotidiano, abierto a experimentar, aprender e intercambiar saberes, todo ello con los consecuentes beneficios directos a la comunidad local, en esta perspectiva, lo que SECTUR define como Turismo Rural, se parece un poco a lo que se lleva a cabo en otras latitudes, como en el caso de Ecuador, en el que se desarrollan emprendimientos bajo el concepto de Turismo Comunitario:

Este tipo de turismo tiene características que lo definen como son la participación comunitaria, la generación de beneficios y por último la autogestión y control directo de los recursos por estos miembros, partiendo de que la actividad turística debe generarse desde la propia comunidad o en su caso como una sugerencia, pero nunca como una imposición, desde algún agente externo (administraciones públicas, organizaciones no gubernamentales). (Cis-

neros, Baixsauli, Samaniego, Bautista, Amador, 2018, p. 3)

Desde esta perspectiva, el turismo en los espacios rurales puede tener mayores posibilidades de éxito, sin embargo, la manera en que se ha implementado en México, no siempre ha contado con el consenso de la comunidad receptora y mucho menos con su participación directa en la implementación de los desarrollos.

PARTICIPACIÓN DE LOS ACTORES

A raíz del contexto nacional del sector rural y tomando como referencia la experiencia europea en el desarrollo de programas rurales, en nuestro país, el gobierno federal implementó los propios con el fin de mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales e indígenas, las instituciones que tuvieron mayor participación y protagonismo fueron la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) (hoy Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas INPI), la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP), la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR), la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) y la Secretaría de Turismo (SECTUR).

En la visión de la SECTUR (2007), considera que:

En el Turismo Rural el turista no es un visitante-observador en un día de paseo, es una persona que forma parte activa de la comunidad durante su estancia en ella, en donde aprende a preparar alimentos habituales, crea artesanía para

su uso personal, aprende lenguas ancestrales, el uso de plantas medicinales, cultiva y cosecha lo que cotidianamente consume, es actor en los eventos tradicionales de la comunidad, percibe y aprecia creencias religiosas y paganas. (p. 23)

Da lugar a modalidades y actividades tales como: Etnoturismo, Agroturismo, Talleres gastronómicos, Vivencias místicas, Aprendizaje de dialectos, Ecoarqueología, Preparación y uso de medicinas tradicionales, entre otras actividades relacionadas con las zonas rurales e indígenas que motivan el desplazamiento a estos espacios (SECTUR, 2007).

Con el propósito de apoyar a las zonas rurales e indígenas, la CDI elaboró varios programas: “Programa Fondos Regionales para Pueblos Indígenas”, “Programa de Coordinación para el apoyo a la producción indígena”, “Programa de infraestructura básica para la atención de los pueblos indígenas”, “Programa de ecoturismo en zonas Indígenas”, éste último es el más vinculado con la actividad turística (Palomino y López, 2007).

La mayoría de las veces ha faltado involucrar a las comunidades rurales receptoras de los recursos económicos en la implantación de los proyectos de turismo, no ha habido un curso previo de inducción para sensibilizar y capacitar a quienes deseen participar en la actividad turística, desde la fase de concepción, diseño, planificación, gestión, desarrollo y seguimiento, de los proyectos.

Si bien es cierto que los programas de ecoturismo de la CDI tienen la intención de mejorar las condiciones de las comunidades locales, en la implementación ha tenido desaciertos al ser orientados:

Tomando como eje a los turistas que, como viajeros, adquieren experiencias y vivencias. Este enfoque, si bien define las distintas posibilidades que ofrecen las áreas rurales, queda fragmentado al considerar únicamente al turista, dejando fuera del escenario a las comunidades campesinas y a los pueblos indígenas, que son los agentes sociales del servicio turístico, de los conocimientos transmitidos en las diversas actividades, del trabajo especializado para socializarlo con los viajeros y de la preservación y difusión de su identidad cultural. (Morales, 2008, p. 126)

A ello hay que agregar la falta de conocimiento de las comunidades locales sobre la actividad turística, que resulta ajena a su cotidianidad, ha propiciado que las promesas de una mejor condición para la localidad a partir de los emprendimientos de infraestructura turística, han estado muy lejos de cumplirse.

De igual manera, la desarticulación de las instancias gubernamentales en la implementación es notoria, si bien en el discurso hacen parecer un trabajo coordinado al expresar:

La gran mayoría de las acciones realizadas por la CDI en materia de turismo de naturaleza se llevan a cabo de forma coordinada con la Secretaría de Turis-

mo del Gobierno Federal o bien, con otros organismos y dependencias como SEMARNAT, CONANP, y el Consejo de Promoción Turística de México. (SECTUR, CDI. 2017. p. 4)

En la realidad, se presenta lo que citan Solari y Pérez (2005):

la disputa entre las distintas dependencias públicas y su preponderante descoordinación, agrega el componente de fragmentación de las políticas públicas. Se generan políticas y acciones con incidencia local desde todos los aspectos y sectores: agrícolas, industriales, educacionales, culturales, turísticos, de salud, tecnológicos, etc., en su mayoría, sin que exista una coordinación efectiva, y menos un engranamiento (sic) eficaz y sistémico. (p. 59)

Aunque los recursos económicos se destinan para el beneficio de las comunidades campesinas y/o indígenas, la tramitología para el acceso a los recursos es complejo y complicado para que ellos puedan cumplir los requisitos de las convocatorias, se hace necesario que “consultores expertos”, regularmente ajenos a la comunidad, sean quienes los gestionen a nombre de ellos, en este sentido, se aprecian tres actores, la instancia gubernamental que otorga los recursos económicos, los consultores externos que llevan a cabo la gestión, administración, construcción y entrega de la infraestructura, y la comunidad rural receptora que tiene la responsabilidad de involucrarse en la puesta en marcha de los emprendimientos, con todas las limitacio-

nes de conocimiento de la actividad turística a desarrollar.

En el caso de la intervención de las consultorías, la mayoría de los casos “aplican fórmulas consistentes en el desarrollo de infraestructuras turísticas básicas (cabañas, restaurantes y oficinas administrativas) y equipamiento (rappel, canoas, cabalgata, deportes náuticos, ciclismo, excursionismo, escalada)” (González, Osorio, Thomé. 2018. p. 31). Repitiendo la fórmula y tipo de infraestructura en todas las comunidades indígenas que reciben fondos del CDI para Turismo de Naturaleza, con una marcada estandarización tanto de infraestructura como de la expectativa de actividad turística en la zona, pareciéndose más a un turismo tradicional, que a un turismo alternativo rural en el que la convivencia entre turistas y locales puedan intercambiar experiencias culturales.

En ninguno de los niveles de gobierno, tanto federal, estatal, municipal, o local, la academia fue considerada para participar en estos programas, no hubo convocatoria para que las instituciones educativas se involucraran en alguna de las fases de elaboración, desarrollo, seguimiento, evaluación o acompañamiento de los programas, el limitado involucramiento del sector educativo en estos temas no ha sido de manera institucional, ha sido por interés de los investigadores universitarios para estudiar y analizar los impactos de los programas, o por el interés para que los alumnos realicen el servicio social y/o prácticas profesionales para cubrir este requisito curricular.

PARQUES EJIDALES DEL NORTE DEL ESTADO DE MÉXICO

En el período de 2012 a 2016, de un total de 22 emprendimientos registrados en el estado de México, que contaron con apoyos económicos del CDI, sólo 14 se encuentran operando, de los cuales 8 reciben cierta demanda constante, los demás es sólo los fines de semana y esporádicamente (González, Osorio y Thomé, 2018).

La CDI destinó los recursos bajo el concepto de turismo de naturaleza o ecoturismo, en las comunidades rurales indígenas, sin considerar que:

la mayoría de los habitantes de estas zonas son campesinos y no tienen experiencia en la prestación de servicios, ni conocimientos para la gestión de la actividad turística, tampoco ubican estrategias de promoción para sus proyectos; por lo que el desconocimiento de estas nuevas formas de trabajo, ha generado una situación desalentadora, respecto a la expectativa que tenían inicialmente acerca del turismo. (González, Osorio, Thomé. 2018. p. 32)

CARACTERÍSTICAS DE LOS PARQUES ECOTURÍSTICOS DE “HA MAALOMA”, “LLANO DE LOBOS” Y “LA PLUMA”.

El área geográfica se caracteriza por contar con zonas forestales, están organizados en ejidos y bienes comunales. Las comunidades rurales e indígenas de esta zona, en la mayoría de los casos presentan condiciones de analfabetismo, pobreza y pobreza extrema, falta de empleos, servicios,

comunicación, la migración es importante, sobre todo a la ciudad de México en búsqueda de empleo.

Los ejidos han recibido apoyos federales para disminuir la presión al bosque, con lo que, entre otras actividades, han creado parques ejidales ecoturísticos, en los cuales, los recursos económicos del programa del CDI fueron destinados a la construcción de infraestructura como ya se mencionó antes, los parques se encuentran apartados de las comunidades, propiciando lo que señalan Solari y Pérez (2005.) “se han convertido en enclaves turísticos con pocas implicaciones locales, más allá de cierto nivel de empleo y de mayores ingresos para quienes trabajan en esta actividad” (p. 56). Aunque, en el caso de los parques en estudio, no hay un beneficio económico relevante a quienes trabajan en él.

Los parques ecoturísticos de “Ha Maaloma” y “Llano de Lobos”, se ubican entre los parques que operan solamente los fines de semana, y el de “La Pluma” de manera esporádica, los argumentos de beneficios prometidos por los consultores a las comunidades crearon expectativas muy lejos de lo conseguido, y en algunos casos, dada la limitada demanda de los visitantes, el mantenimiento de la infraestructura y del propio espacio destinado para la actividad turística se está convirtiendo en un problema y una carga para la comunidad.

Los emprendimientos cuentan con infraestructura básica para recibir turistas con pernocta y visitantes de unas horas, dichos parques se construyeron en áreas forestales no agrícolas, que fueron seleccionadas

por contar con recursos naturales, que, a sugerencia de los ejidatarios, y criterio de los consultores externos que les ayudaron a integrar los proyectos, podrían representar un atractivo turístico para generar corrientes de visitantes a los mismos. Los parques se encuentran alejados del asentamiento de las comunidades en las que desarrollan sus actividades cotidianas, situación que, al aislar a los ejidatarios y/o indígenas de los turistas y/o visitantes, impide el intercambio y conocimiento de las tradiciones, gastronomía y cultura de los locales.

De igual manera, en virtud de que los criterios de las convocatorias para acceder a los recursos destinados a estos proyectos están orientadas principalmente a

la construcción de infraestructura en los parques, como se muestra en la tabla de las reglas de operación del Programa de Ecoturismo en Zonas Indígenas del CDI, no se destinó recursos económicos para la mejora de las carreteras o caminos de acceso a los parques, que al encontrarse en mal estado, desalienta la visita de los turistas y visitantes, tampoco se destinan recursos para la señalización externa ni interna, lo que dificulta a los visitantes la localización y acceso a los parques, y dentro de éstos la ubicación de los servicios y atractivos.

Cuadro 1. Tipos y montos de apoyo a los proyectos ecoturísticos de la CDI (2006)

Tipos de apoyo	Monto o porcentaje
Elaboración de proyectos	Hasta 50,000.00 pesos
Elaboración de estudios y pago de permisos	Hasta el 75 % del costo total de éstos
Ejecución del proyecto considera: Construcción de instalaciones Equipamiento (incluye mobiliario y equipo para brindar servicios de alimentación, hospedaje, recreación, deportivos y telecomunicaciones) Adquisición de materiales diversos	Hasta 1 500,000.00 pesos por proyecto
Acompañamiento (servicios de asesoría, asistencia técnica y capacitación)	Hasta un 10 % del monto total autorizado al proyecto
Formación, fortalecimiento, difusión y promoción	Hasta el 20 % del total de los recursos asignados al Programa
Operación, seguimiento y evaluación	Hasta el 5 % del total de los recursos asignados al Programa

<p>Publicación de convenios y acuerdos en el Diario Oficial de la Federación, en cumplimiento a la fracción V del artículo 54 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal 2006</p>	<p>Costo de publicación</p>
---	-----------------------------

Fuente: CDI (2006) anexo 2 p. 9

ALGUNOS HALLAZGOS

Cada uno de los parques ejidales tienen inversiones entre los 4 y 7 millones de pesos en promedio, traducidos en instalaciones y equipo básicos similares en todos los parques, con marcada estandarización tanto de infraestructura como de equipamiento, con desniveles de desarrollo entre cada parque. De acuerdo a información proporcionada por los administradores de los parques, la afluencia -que sólo es de fin de semana- es en promedio de 60 a 80 personas al mes, entre visitantes y turistas.

En general los parques presentan las siguientes condiciones:

INSTALACIONES:

- Los tres parques cuentan con cabañas, tirolesa, restaurante, equipo para cocina, mobiliario para cabañas y restaurante, senderos para recorridos y equipamiento para actividades recreativas, esto último, de acuerdo a la particularidad topográfica de cada parque, por ejemplo “Ha Maaloma” cuenta con bicicletas y kayak, el parque “La Pluma” cuenta con equipo de tiro con arco, rapel y juegos infantiles (improvisados).
- La capacidad de hospedaje de la

infraestructura instalada es de aproximadamente 30 personas en cada parque (sin considerar las zonas de acampar que por lo regular no se ocupan).

- Aunque las instalaciones de hospedaje son muy similares, cada parque tiene precios diferentes que van desde los \$290.00 por dos personas por noche en el parque La Pluma, hasta \$650.00 por dos personas por noche en el parque Llano de Lobos.
- El cobro de acceso a los parques oscila entre los 15.00 y los 25.00 pesos por persona.
- Aunque cuentan con equipo para actividades deportivas (kayac, equipo de tiro con arco, bicicletas), no hay quien oriente sobre el correcto uso del equipo, tampoco las instalaciones están acondicionadas para la actividad.
- No hay programa de actividades de recreación para los visitantes.

SEÑALIZACIÓN:

- Un problema común de los parques es la falta o limitada señalización, tanto externa como interna, situación que genera dificultad para el arribo de los visitantes y el disfrute al interior de los atractivos.

- No cuentan con algún mapa del parque que señale los servicios y atractivos del mismo.
- Falta señalización en los senderos.
- Falta delimitar el área de estacionamiento, espacios para actividades deportivas y área de acampar.

ACCESIBILIDAD Y VIALIDAD:

- Difícil acceso por el mal estado de las carreteras y caminos, principalmente en el caso de los parques “La Pluma” y “Llano de Lobos”

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD:

- Aunque cuentan con publicidad en redes sociales (página web, y Facebook), es desactualizada y estática, no permite la reservación vía internet, situación que limita la posibilidad de reservar hospedaje a los turistas.

SEGURIDAD:

- No hay suficiente vigilancia, sobre todo por la noche (sólo una persona en cada parque) provocando sensación de poca seguridad dentro de los parques.
- La luz nocturna en áreas comunes dentro de los parques es insuficiente.

PERSONAL:

- El personal que atiende el parque es improvisado y no está capacitado.
- Necesidad de capacitación a los responsables del parque, tanto en

administración, servicio al cliente, primeros auxilios, protección civil, previsión y combate a incendios.

- No cuentan con una estructura organizacional administrativa para el emprendimiento como negocio.
- Los administradores de los parques no tienen claridad de lo que requieren para activar la afluencia turística a los parques.
- No hay claridad sobre la forma y dinámica de organización y administración de los parques.

Las autoridades ejidales o comunales de los parques en cuestión, no cuentan con información documental como inventario de atractivos, servicios, instalaciones, de los parques, de igual manera dijeron no contar con los proyectos que les elaboraron los asesores externos para bajar los recursos.

Las autoridades ejidales son los responsables de la administración de los parques, tienen rotación cada tres años, en la que todos los que conforman la mesa directiva en turno cambian por completo, provocando que la experiencia ganada se pierde de una administración a otra, dando lugar a proyectos inconclusos en cada relevo, dificultando la organización y administración del parque y complica establecer programas de mediano o largo plazo.

A partir de la información recabada, se integró un documento para cada uno de los parques, en los cuales se hacen recomendaciones para mejorar el servicio, sin embargo, en el desarrollo de las visitas de campo, se pudo percibir cierto desaliento por

parte de los comisarios ejidales, así como de los administradores y ejidatarios, era manifiesto la poca disposición para recibir a los alumnos que participaban en la investigación, asimismo, poco interés en implementar mejoras, seguramente propiciado por los pobres resultados que han tenido de la actividad turística en sus parques, la urgencia manifestada por ellos es conseguir más recursos para seguir construyendo infraestructura, por la creencia de que con ello pueden incrementar la llegada de turistas y visitantes, no están interesados en capacitación, y mucho menos si puede representar un gasto, situación que es comprensible dada la condición precaria de ingresos económicos a los parques, por otro lado, las instituciones educativas no cuentan con los recursos económicos para llevar a cabo de manera gratuita programas de acom-

pañamiento, capacitación o asesoría, que implica no solo el tiempo de los profesores, sino además, los traslados, y viáticos tanto de ellos como de los alumnos, si a ello se agrega la desarticulación de los actores gubernamentales responsables de la orientación de políticas que se traducen en programas para el desarrollo del turismo alternativo, entonces la situación complica las posibilidades de mejora.

Durante los cuatro meses que se participó en estos parques se percibió poca disposición de los ejidatarios para colaborar con los alumnos en la mejora de las condiciones de los parques, durante las visitas se percibió que la expectativa de los ejidatarios era que, al final se les consiguiera más recursos económicos, teniendo resistencia a la capacitación y creando un círculo vicioso:



Figura 1. Círculo vicioso
Fuente: Elaboración propia.

DESARROLLO LOCAL

En estas circunstancias, la inversión del estado para actividades turísticas implementada no puede generar desarrollo local, lejos de provocar bienestar a la comunidad, se convierte en una carga difícil de llevar, si bien es cierto que el turismo genera empleo, éste debe ser constante y bien remunerado, en un análisis somero, se puede notar que sus ingresos no son los suficientes para mantener un punto de equilibrio, mucho menos para generar ingresos que se traduzcan en bienestar para el desarrollo de la comunidad, si comparamos los ingresos, considerando el bajo costo de acceso al parque, el reducido número de visitantes y limitada capacidad de hospedaje, contra los egresos de los gastos fijos como pago de agua, luz, mantenimiento de las cabañas y equipo, lavado de ropa de cama, limpieza y manejo de residuos sólidos, pago de administrador del parque, (que a su vez es quien confirma reservaciones, recibe a los visitantes, es vigilante, responsable del mantenimiento, ofrece información) pareciera que los emprendimientos turísticos son más una carga que un beneficio.

El desarrollo local en la zona de estudio está lejos de lo que plantea Solari (2005):

Entenderemos por desarrollo local al conjunto de resultantes que se manifiestan en el mejoramiento del nivel y calidad de vida de los habitantes de una localidad a raíz de generar crecimientos sustentables a diversos niveles, que se engranan, concatan, implican y complementan en-

tre sí de manera estratégica, capaces de crear sinergias locales de mejoramiento que implican el cambio de las condiciones sistémicas y estructurales de la localidad, profundizándose a largo plazo en la medida en que se forma y fortalece un núcleo endógeno básico. (p. 52)

Nada más alejado de esta condición lo que sucede en las comunidades de los parques citados.

CONCLUSIONES

FACTORES QUE HAN INFLUIDO EN EL FRACASO DE LOS PROGRAMAS

La planeación de los programas del CDI se elaboraron bajo un modelo de administración pública tradicional en el que se privilegia la tarea, más que el logro, el esfuerzo, más que los resultados, los programas tienen como objetivo “apoyar con recursos económicos a las comunidades, para mejorar sus condiciones”, es así como lo llevan a cabo, dan apoyos económicos evaluando que los recursos económicos se hayan invertido en lo señalado en el proyecto, no evalúan el resultado de impacto a la comunidad, el planteamiento debería ser, “mejorar las condiciones de las comunidades, a través de apoyos económicos”, planteado así, la perspectiva es totalmente distinta, se evaluaría el resultado, la mejoría de las condiciones de la comunidad, sin embargo, dado el planteamiento inicial ha derivado en:

- Dejar de lado el involucramiento de las comunidades receptoras en el proceso

de implementación de los proyectos turístico, desde su diseño, dada la jerarquización vertical, lo que ha hecho muy difícil su participación en la operación de los parques.

- Implementación de un programa de turismo en espacios rurales y/o indígenas desde la perspectiva del turismo tradicional, de consumo y contemplación, orientado a la satisfacción de las necesidades de los turistas, más que orientado al desarrollo del territorio, donde se dé la convivencia de visitantes y locales, rescatando las tradiciones e identidad cultural.
- Estandarización de la infraestructura y equipamiento sin considerar las características del entorno y condiciones de cada comunidad.
- Los desarrollos turísticos se encuentran alejados de las concentraciones rurales, ello dificulta el contacto e intercambio cultural, alejados de su cotidianidad, vistos los ejidatarios por los turistas solo como empleados de los servicios turísticos.
- Desarticulación de los actores en la implementación de los programas de turismo para este sector, el gobierno cumple con emitir la convocatoria para concursar por los recursos que asigna, los consultores externos elaboran los proyectos estandarizando la infraestructura y equipamiento, en los mismos términos para todos los destinos, las comunidades no participan ni se involucran en los proyectos.
- Falta de participación de la academia como actor en los programas, tanto en su concepción, planificación, desarrollo y acompañamiento, hasta su conso-

lidación.

- Proyectos incompletos e inconclusos que no considera recursos para la mejora de los accesos, capacitación y acompañamiento en la consolidación de los emprendimientos.
- Limitados recursos para el marketing y comercialización de los productos.
- Falta de señalización tanto externa como interna.
- Carencia de una estructura organizativa que trascienda la periodicidad de los cambios de las autoridades ejidales o comunales y garantice la continuidad de los proyectos.
- Los programas están diseñados para cumplir con la tarea de entregar recursos económicos a las comunidades, sin considerar que los resultados se traduzcan en bienestar de la comunidad, por lo que la evaluación de los programas se centra en la vigilancia de su correcta y oportuna aplicación a lo establecido en el proyecto, sin considerar el impacto en el desarrollo local.

¿QUÉ HACER?

Es importante que se replanteen y reorienten los programas gubernamentales de turismo en zonas rurales e indígenas, bajo el esquema del Modelo de Gestión por Resultados (MGR), que enfatiza en la generación de resultados con impactos sociales, éstos programas debieron haberse implementado bajo este esquema ya que es obligatorio para todos los proyectos que involucran recursos públicos.

MODELO DE GESTIÓN POR RESULTADOS:

ANTECEDENTES

Este modelo no es nuevo, en México, a principios de este siglo se empezaron a sentar las bases para establecer una planeación estratégica orientada a hacer más eficiente la función pública, en el período 2001-2006 el Plan Nacional de Desarrollo (PND) incluye por primera vez el Sistema de Evaluación del Desempeño (SED), y para el periodo 2007-2012 se realizan importantes reformas constitucionales para incluir en todos los niveles de gobierno el Modelo de Gestión por Resultados, entre otras importantes acciones orientadas a este fin, se crea la Ley General de Contabilidad Gubernamental en 2009, y en el año 2012 se reforma esta ley para determinar sanciones penales a quien la incumpla, a partir de ello se introduce formalmente el SED como parte del proceso presupuestario, se emprende una campaña nacional de asistencia técnica a Estados y Municipios para su implementación; sin embargo, no es, ni ha sido fácil su consolidación, ha requerido cambios en la manera en que se han venido administrando los recursos económicos gubernamentales por décadas, a pesar de la obligatoriedad por ley, el MGR no ha logrado consolidarse, son muchas y variadas las razones de ello, que no serán abordados en este artículo, porque requieren un análisis más profundo, pero que, sin

duda están directamente vinculados con el fracaso de los programas gubernamentales como el que ahora se trata.

Sólo de manera general se comentan algunas bondades del Modelo de Gestión por Resultados, que tiene como precedente la Metodología del Marco Lógico (MML), que es un método utilizado por la mayor parte de bancos y agencias de cooperación internacional (Banco Interamericano de Desarrollo, Banco Mundial, Unión Europea, International Monetary Fund, entre otras), para la planificación y gestión de programas y proyectos de desarrollo, así como por los gobiernos miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la Gestión para Resultados implica un cambio de paradigma, en el cual se traducen los objetivos de “Tarea” a “Logro”, pasando así del ¿Cómo hacer? al ¿Cómo lograr?, midiendo “Resultados” y no sólo el “Esfuerzo”, así, los objetivos tradicionales tales como: brindar, apoyar, otorgar, entre otros, que sólo se refieren a la acción, deben dar paso a objetivos de resultados como: mejorar, incrementar, disminuir carencias, modificar patrones; es decir, objetivos que apunten a “la solución de problemas” o de carencias que padece la sociedad o algún grupo de éstas.

Cuadro 2. Comparación del Modelo tradicional y Modelo de Gestión por resultados

Modelo Tradicional	Modelo de Gestión por Resultados
Tarea	Logro
¿Cómo hacer?	¿Cómo lograr?
Esfuerzo	Resultado

Fuente: Elaboración propia

Algunas de las características de uno y otro modelo se pueden apreciar en el siguiente cuadro:

Cuadro 3. Características de la Administración pública tradicional y orientada a resultados

Administración pública tradicional	Administración pública orientada a resultado
Tendencia a la jerarquización vertical	Tendencia a la jerarquización horizontal
Tendencia a la centralización de la autoridad y las funciones	Tendencia a la descentralización
Planeación de los objetivos y metas	Planeación estratégica que trasciende
Orientar el trabajo al logro de objetivos y metas de la organización de manera individual	Orientar el trabajo a los resultados establecidos en el plan global
Programas desarticulados de otras áreas	Programas articulados con el plan global
Formulación del presupuesto con base en los programas establecidos	Formulación del presupuesto con base en los resultados esperados
Centra su atención al <i>proceso</i> del ¿cómo? Llegar al logro de los objetivos y las metas (<i>eficiencia, eficacia y efectividad</i>)	Centra su atención <i>en el fin del logro</i> de los objetivos
Tendencia a la reserva de la información pública y no a la rendición de cuentas	Tendencia a la transparencia y rendición de cuentas con la sociedad

Fuente: Ramos (2015 p. 4, tomado de: Villalobos, Policroniades y Mejía 2013 p. 63)

Los componentes del MGR son la Metodología del Marco Lógico (MML), el Presupuesto basado en Resultados (PbR) y el Sistema de Evaluación del Desempeño (SED).

La Metodología del Marco Lógico es un método orientado a la solución de problemas específicos. El método tiene tres grandes fases: en la primera, se

identifica el problema a resolver, por medio de un diagnóstico sistémico amplio, que permita establecer las causas del problema y por qué no ha logrado ser resuelto; en la segunda fase, se construye un modelo sistémico que expresa las condiciones lógicas de toda índole que deben cumplirse para que el problema se resuelva; y en la tercera fase, se incorporan los indicadores ne-

cesarios para mantener el seguimiento y control sobre la gestión de la solución. (Aldunate y Córdoba, 2011 p. 9)

En México fue adoptado e incorporado como parte del “ACUERDO por el que se autoriza el Sistema de Evaluación del Desempeño de la Cámara de diputados y sus lineamientos” definiéndolo como:

(...) una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de programas. Su énfasis está centrado en la orientación por objetivos, la orientación hacia grupos beneficiarios y el facilitar la participación y la comunicación entre las partes interesadas. Consta de varias etapas: definición del problema e involucrados, árbol de problemas, árbol de objetivos, análisis de alternativas de solución y matriz de marco lógico. (Cámara de Diputado, 2008. p. 3)

El Presupuesto basado en Resultados (PbR) es el resultado de haber desarrollado el Marco Lógico, para fijar objetivos de Fin, Propósito y Componentes, se enfoca en la definición y establecimiento claro y sencillo de los objetivos y resultados que prevén alcanzar los programas a los que se asignan recursos presupuestarios. La Cámara de Diputado (2008) lo define como:

(...) un componente de la GpR que consiste en un conjunto de actividades y herramientas que permite apoyar las decisiones presupuestarias en información que sistemáticamente incorpora consideraciones sobre los resultados

del ejercicio de los recursos públicos, y que motiva a las instituciones públicas a lograrlos, con el objeto de mejorar la calidad del gasto público y promover una adecuada rendición de cuentas. (p. 5)

Los indicadores que se utilicen deben ser una medición del logro de los objetivos y un referente para el seguimiento de los avances y para la evaluación de los resultados esperados y alcanzados. De esta forma, el PbR:

- Incorpora en las decisiones presupuestarias la planeación, la programación, el seguimiento y la evaluación;
- Vincula el presupuesto con la mejora continua de las políticas, de los programas, del desempeño de las instituciones y de la calidad del gasto público, considerando los resultados de las evaluaciones, y
- Considera en la asignación de los recursos presupuestarios tanto los objetivos y los resultados esperados, como el nivel real alcanzado.

ALCANCES:

- Permite que las decisiones del presupuesto incorporen consideraciones sobre los resultados de la aplicación de los recursos públicos.
- Prevé que los programas y proyectos presupuestarios se deriven de un proceso alineado entre la: planeación – programación – evaluación (SHCP, 2011).

El Sistema de Evaluación del Desempeño (SED). La evaluación se conceptualiza como el proceso de valoración de las condiciones y/o causas de una situación o acción, con la finalidad de proporcionar información útil para la toma de decisiones, el SED:

Conforme al artículo 2, fracción LI de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, se define como el conjunto de elementos metodológicos que permiten realizar una valoración objetiva del desempeño de los programas, bajo los principios de verificación del grado de cumplimiento de metas y objetivos, con base en indicadores estratégicos y de gestión que permitan conocer el impacto social de los programas y de los proyectos. (Cámara de Diputados, 2008. p. 5)

En este sentido la evaluación en su concepción más general permite a los tomadores de decisiones de la Administración Pública, contar con información objetiva para establecer las mejoras estratégicas, corregir, ajustar o estimular las acciones que permiten generar mejores resultados. Existen distintas formas de clasificar las evaluaciones según quien la realiza (evaluaciones externas o internas), el momento en que se realiza (ex ante, durante y ex post), o en función a los aspectos que se quieren medir; en este sentido hay varios aspectos a medir, por ejemplo, para la CEPAL, se divide en 3 momentos:

1. Evaluación diagnóstica: consiste en hacer una caracterización del fenómeno que se pretende conocer o transformar y

establecer las causas que lo generan.

2. Evaluación de seguimiento: es el examen continuo o periódico que efectúa la administración, en todos sus niveles jerárquicos, de la manera en que se está ejecutando una actividad.

3. Evaluación de resultados: mide los cambios logrados a partir del programa desde el alcance de los objetivos hasta los efectos netos de la intervención (impacto).

En el caso de la Evaluación de Programas la SHCP clasifica 5 tipos de evaluaciones:

1. Evaluación de Consistencia y Resultados: Análisis del diseño y desempeño global de los programas para mejorar su gestión y medir el logro de sus resultados, con base en la MIR.

2. Evaluación de indicadores: Trabajo de campo, para analizar la pertinencia de los indicadores de un programa para el logro de los resultados.

3. Evaluación de Procesos: Trabajo de campo, para verificar la eficacia y eficiencia en los procesos operativos y el efecto en el mejoramiento de la gestión.

4. Evaluación de impacto: identificación, con metodologías rigurosas, del cambio en los indicadores a nivel de resultados atribuibles a la ejecución del programa.

5. Evaluación específica: Otras, que no se enumeraron arriba, que pueden involucrar trabajo de gabinete y/o de campo. (Subsecretaría de Egresos, 2009, p. 21)

Los proyectos apoyados por los organismos internacionales que han sido creados desde el MGR, la mayoría de las veces han sido exitosos y obtenido los resultados esperados, en el caso de nuestro país, este modelo está en proceso de consolidación, los programas de turismo ecológico de la CDI que financiaron los parques ecoturísticos de la zona de estudio, fueron elaborados con el modelo tradicional anterior al MGR, a partir de 2012 todos los entes gubernamentales están obligados por mandato de ley a basarse en él para el ejercicio de los recursos públicos. Se hace relevante considerar el rescate de estos emprendimientos, desde un enfoque basado en resultados más allá de solamente cumplir con entregar recursos económicos traducidos en infraestructura y equipamiento, asimismo, también resulta importante considerar lo que señalan González, Osorio, Thomé (2018):

El turismo en zonas indígenas, más allá de una actividad dispersa, debe ser pensado dentro de una estrategia de desarrollo rural de más largo aliento, enfocada en una visión futura del medio rural y la calidad de vida de sus habitantes. (p. 23)

El propósito de rescatar los emprendimientos que no han alcanzado su consolidación requiere de la elaboración de un programa en el que los diferentes niveles de gobierno (federal, estatal, municipal y local) y la academia tengan una participación activa, sumando, además de voluntades, recursos económicos para financiar un proyecto de esta envergadura.

Uno de los actores que puede favorecer el planteamiento de alternativas para el rescate de estos emprendimientos, que parecen no contar con un futuro promisorio en el corto tiempo si se abandonan a la inercia del tiempo, es el sector educativo, la academia especializada en turismo, que cuenta con profesionales especialistas en diversas disciplinas que tienen la capacidad y posibilidad de hacer propuestas con una visión holística, en el marco del MGR en el que se anteponga el bienestar de la comunidad, el rescate y preservación de la cultura, la sustentabilidad y mejoramiento de la condición de vida.

ADEMÁS DE LO SEÑALADO SE HACE NECESARIO:

- Diseñar un programa gubernamental bajo el esquema del MGR para el rescate de los proyectos que no han alcanzado su punto de equilibrio, con la participación de las comunidades locales, los cuatro órdenes de gobierno (federal, estatal, municipal y local) y la academia que puede aportar capacitación y acompañamiento a los emprendimientos en operación.
- Implementar un programa de acompañamiento a los responsables de la administración de los parques ejidales en un plazo no menor a cinco años, contando con fondos federales para su implementación.
- Aprovechar los programas gubernamentales como el programa “Jóvenes con futuro” para emplear a alumnos y/o jóvenes recién egresados de escuelas de turismo que participen en

el acompañamiento y capacitación.

- Integrar los parques ecoturísticos ejidales o indígenas en destinos turísticos integrados con la suma de otros productos turísticos regionales.
- Instituir una figura jurídica que trascienda los periodos de cambio de autoridades ejidales o comunales, y garantice la continuidad del personal capacitado y formado para la administración y operación del parque, autónomas e independientes de la estructura de las autoridades en turno.

BIBLIOGRAFÍA

- Aldunate, E. y Córdoba, J. (2011). Formulación de programas con la metodología del marco lógico. Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Serie manuales 68
- Bartolomé Pina, M. (1986). La investigación cooperativa. *Educación*. 10. 51-78. Barcelona: PPU.
- Bausela Herrera, E. (2003). La investigación cooperativa, una modalidad de la investigación-acción. *Revista de Psicodidáctica*. 15-16, 121-130, Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, Vitorroa-Gazteiz, España.
- Becerra, A. Lastra, X. (2008). Evolución del Desarrollo Rural en Europa y en España Las Áreas rurales de metodología LEADER. *Revista electrónica de medio ambiente*. Universidad Almería. España
- Cánoves, G., Villarino Pérez, M. y Herrera, L. (2006) Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 41, 199-220
- Cisneros, J., Baixsaui C., Samaniego, R., Bautista, A., Amador, B. (2018). “El turismo comunitario, un modelo de economía popular y solidaridad como solución al desempleo rural en Ecuador”. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, N. 24. En línea en <https://eumed.net/rev/turydes/24/turimso.comunitario>. ecuador.html
- Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI). (2006). Reglas de operación del Programa Ecoturismo en Zonas Indígenas.
- Diario Oficial de la Federación (DOF). (2013). Programa Sectorial de Turismo 2013-2018.
- Garduño Mendoza, M., Guzmán Hernández, C., Zizumbo Villarreal, L. (2009). Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales. *El Periplo Sustentable*, [S.l.], n. 17, p. 5-30, jul. 2009. ISSN 1870-9036. Disponible en: <<https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/5033>>.
- González, I., Osorio, R., Thomé, H. (2018). Políticas turísticas y etnoturismo: entre la rururbanización y el desarrollo de capacidades. *Revista Pasos*, Universidad Autónoma del Estado de México.
- González, I., Thomé, H. y Osorio, R. (2019). Apropiación turística de territorios indígenas: cambios y continuidades en una comunidad matlatzinca. *Turismo y Sociedad*, xxv, pp. 113-130. doi: <https://doi.org/10.18601/01207555.n25.06>
- Herrera, F. (2013). Enfoques y políticas de desarrollo rural en México. *Gestión y política pública*. Volúmen XXII. Número 1, pp. 131-159
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA). (2016). La sociedad civil como

- protagonista del desarrollo rural: LEADER. Gobierno de España, Comunidad Económica Europea.
- Morales, M. (2008). ¿Etnoturismo o turismo indígena?. *Teoría y Práxis* 5. IPN. Pp. 123-136.
- Ortegón, E., Pacheco, J. Prieto, A. (2005 Reimp 2015). Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas. Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Serie manuales No. 42
- Osorio, R., Serrano, R., Echeverría, G., (2018). Patrimonio Gastronómico: Ruta del Queso Añejo en Zaca-zonapan. *Revista de Postgrado FaCE-UC*. Vol. 12 N° 22. Enero-Julio 2018/ pp.447-458. ISSN Versión electrónica 2443-4442, ISSN Versión impresa 1856-9153.
- Palomino, B. López, G. 2007. Evaluación 2006 del programa Ecoturismo en Zonas Indígenas. Informe Final. Instituto de Investigaciones Económicas. UNAM
- Pérez, A. Pimentel, S. Sandoval, M. 2017. El turismo rural en México: Una aproximación onceptual al debate suscitado sobre las políticas públicas desarrolladas, la irrupción de agentes externos y las nuevas metodologías de acción endógena y participativa. *Estudios Geográficos*, Vol. *LXXVIII*, 282, pp. 373-382
- Poder Legislativo, Cámara de Diputados. (2008). Acuerdo por el que se autoriza el Sistema de Evaluación del Desempeño de la Cámara de Diputados y sus Lineamientos.
- Ramos, J. 2015. Gestión por resultados en México, 2013-2014. Algunos impactos en Baja California. Colegio de la Frontera del Norte. Este artículo fue publicado en acceso abierto bajo una licencia Creative Commons.
- Salsona, Javier. (2006) E turismo rural en Europa, Aportes y transferencias. Vol. 10, Núm. 2, Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina. pp. 25-25.
- SECTUR (2004). Programa Rector de Ecoturismo, Turismo Rural, Turismo de Aventura y demás actividades de Turismo de Naturaleza. 2005 – 2015.
- SECTUR. 2007. Turismo alternativo “una nueva forma de hacer turismo. Fascículo 1. Serie Turismo alternativo. Disponible en: <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/006145.pdf>
- SECTUR. CDI. 2017. SEGUIMIENTO AL CONGRESO INTERAMERICANO DE MINISTROS Y ALTAS AUTORIDADES DE TURISMO. Compendio de los actuales Programas / Iniciativas de Turismo Rural Comunitario en Las Américas. Título del Programa / Iniciativa Exitosa (Paraísos Indígenas). http://www.oas.org/en/sedi/desd/ct/Compendium_Exp/MEXICO.pdf

- SECTUR. 2014. Ordenamiento de la Actividad Turística. Auditoría de Desempeño. Grupo funcional desarrollo económico Secretaría de Turismo: 14-0-21100-07-0428. https://www.asf.gob.mx/Trans/Informes/IR2014i/Documentos/Auditorias/2014_0428_a.pdf
- SHCP, Subsecretaría de Egresos. (2011). Presupuesto basado en Resultados (PbR). “XXIII Seminario Regional de Política Fiscal”.
- Solari, A. y Pérez, M. 2005. Desarrollo local y turismo: relaciones, desavenencias y enfoques. Economía y Sociedad. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Pp. 49-64
- Thomé. H. (2016). Turismo rural y sustentabilidad. El caso del turismo micológico en el Estado de México. En Carreño-Meléndez, Fermín y Vázquez-González, Alicia Yaneth. Ambiente y patrimonio cultural. MEXICO (México): UAEM.
- Tirado, J. y Hernández, M. 2016. Aproximación teórico-metodológica a la evaluación de programas de desarrollo rural en el ámbito turístico. Instituto de Investigaciones Turísticas. Universidad de Alicante. España.



**PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE
TURISMO RURAL EN ECUADOR.
CASO DE ESTUDIO EL CISNE**

Tania-Jackeline Ochoa-Ochoa
Ana Patricia Armijos Maurad
Verónica Mora-Jácome
Universidad Técnica Particular de Loja

INTRODUCCIÓN

El turismo rural es una actividad que ha tenido un importante avance en los últimos años, se origina a partir de los nuevos gustos y preferencias de una demanda turística que necesitan de nuevos productos. La oferta turística requiere de distintos servicios de calidad garantizando la satisfacción de los visitantes, de esta forma, el desarrollo sostenible tiene una relación directa y se requiere que las actividades turísticas vinculen la participación de la comunidad y los beneficios sean equitativos para que el turismo sea un eje fundamental en la dinamización de la economía de la población local.

Indudablemente, el turismo rural es una modalidad que permite el contacto con la naturaleza y con las actividades propias de una comunidad. En la actualidad es considerado como una de las principales actividades económicas alternativas que se pueden desarrollar en espacios rurales mediante el involucramiento de sectores vulnerables y socialmente marginados como son los jóvenes, las mujeres y los adultos mayores.

El desarrollo turístico está vinculado a que los destinos sean sostenibles integrando los elementos sociales, culturales y ambientales, esta concepción responde a las necesidades de los turistas

y de los territorios, a la vez protege, conserva y mejora los recursos turísticos para la satisfacción de los visitantes.

Dada su importancia, la sostenibilidad se hace imprescindible en los territorios, al ser necesario el equilibrio entre la actividad turística y las actividades propias de la comunidad, favoreciendo la autoestima comunitaria y haciendo para los visitantes una experiencia enriquecedora que fomente unas prácticas sostenibles en el entorno.

El turismo y el desarrollo sostenible deben ser integradores e inclusivos ya que su logro necesita de la sinergia entre los visitantes y residentes. Por esta razón, ha sido necesario el desarrollo de un tipo de turismo experiencial en espacios rurales, caracterizado por estar en contacto con la naturaleza y por adquirir experiencias mediante las actividades propias con la comunidad, haciendo que esta actividad sea sostenible en el tiempo.

Esta investigación se centra en la parroquia El Cisne como objeto de estudio, la cual se constituye como una de las zonas más representativas de la provincia, debido al desarrollo del turismo religioso, que actualmente se practica en esta localidad. Sin embargo, al ser una actividad turística que se ha desarrollado únicamente por la Sagrada Imagen de la Virgen de El Cisne, es necesario establecer una alternativa turística que permita diversificar la oferta, así como el involucramiento de la población local durante todo el año.

Por tal razón, el objetivo de esta investigación es proponer el desarrollo del turismo rural en la parroquia El Cisne, que permita valorizar las particularidades propias de esta localidad. De esta manera, esta investigación se enfoca en analizar la situación actual del turismo en esta parroquia, con la posibilidad de plantear una propuesta de turismo rural, aprovechando la afluencia de visitantes generada por la peregrinación a la Basílica de la Virgen de El Cisne.

El desarrollo de esta propuesta parte de una investigación de campo, utilizando una metodología deductiva, el cual analiza la situación actual del turismo en esta parroquia, con la posibilidad de plantear una propuesta para satisfacer una demanda turística potencial. De la misma manera, se aplica el método analítico el cual implica analizar la zona para complementar la propuesta de turismo rural en El Cisne.

Este artículo analiza el desarrollo turístico de la parroquia El Cisne desde la perspectiva que tienen los pobladores, en cuanto a los beneficios que se obtendrá del turismo ya que permitirá crear actividades de entretenimiento y recreación que faciliten el disfrute en la estancia de los turistas, también posibilita el contacto con otras culturas, permitirá la generación de puestos de trabajo y por consiguiente aumentará la calidad de vida de los residentes en la mejora de los servicios básicos. También analiza la percepción que tienen los habitantes respecto a la gestión y planificación de la parroquia, así como el grado de desarrollo de las prácticas de responsabilidad social que se aplican en la localidad.

La herramienta utilizada es la encuesta y para determinar la muestra se utilizó el muestreo probabilístico, mediante el cual se determinó aplicar 161 encuestas a familias residentes. Para los resultados del trabajo de campo se han considerado las variables sobre el desarrollo de la actividad turística en la parroquia, el grado de percepción de los responsables de la gestión y planificación de la parroquia, así como el grado de las prácticas de responsabilidad social en esta localidad.

Basado en los resultados obtenidos se demuestra que en esta zona se puede desarrollar el turismo rural, puesto que resulta necesario poner a disposición de la demanda una nueva oferta turística que permita combinar el potencial turístico existente, garantizando la satisfacción de los visitantes y que a su vez el turismo sea un eje fundamental en la dinamización de la economía a lo largo del año.

ANTECEDENTES

Al sur del Ecuador se encuentra El Cisne, una parroquia rural del cantón Loja, ubicada al noreste, a una distancia de 72 km de la cabecera cantonal. Esta parroquia se destaca por la fe en la imagen de Nuestra Señora de El Cisne, que, si bien no tiene una datación exacta, hay quienes afirman que se sitúa desde el año de 1594, considerándose como una de las más antiguas de Latinoamérica (Almeida, 2002). En esta zona se encuentra una imponente Basílica que venera a la sagrada imagen de la Virgen de El Cisne.

Esta localidad se constituye como una de las zonas más representativas de la provincia, debido al desarrollo del turismo religioso, actividad que se manifiesta mediante la romería en honor a la Sagrada Imagen, celebrada desde el 16 al 20 de agosto de cada año, fecha en la cual se realiza un recorrido en la ruta El Cisne – San Pedro – Catamayo, llegando finalmente al destino de la ciudad de Loja.

Esta parroquia al estar ubicada en la zona rural del cantón Loja posee condiciones importantes que posibilitan el desarrollo de otra tipología de turismo, como es el caso del turismo rural, vinculando a la comunidad y a los recursos presentes en la zona.

En tal sentido y considerando las particularidades del turismo rural, el cual nace por las exigencias de una sociedad que busca espacios no urbanizados para alejarse de la vida cotidiana en las ciudades y al ser una actividad que vincula el ámbito social, se convierte en una opción interesante para desarrollarse en la zona y el cual es considerado como una alternativa de desarrollo utilizada a nivel mundial.

El turismo rural, como actividad turística se interrelacionan varios aspectos, siendo el ambiental y el cultural, en el que se conjugan las vivencias de dos grupos; el residente y el visitante, con el objeto de conocer sus costumbres, expresiones socio culturales y actividades productivas.

Este tipo de turismo es un pretexto para conocer actividades tradicionales de la comunidad, actividades que son el reflejo

de la herencia y que se encuentra latente en la memoria colectiva y práctica de los pueblos, patrimonio que ha sido cuidado y mantenido de generación en generación, ello hace propicio la aceptación del colectivo, al tener un encuentro con un cúmulo de diferentes tradiciones, costumbres, espiritualidad, misticismo, que conjugan el escenario idóneo para que el visitante tenga una experiencia que no es habitual en su diario vivir, todo ello bajo un ambiente de respeto a lo cultural y natural.

Por otro lado, la comunidad, se ve fortalecida al reafirmarse sus prácticas con su valoración por parte del visitante y la reafirmación de la identidad cultural de los pueblos, en especial de los jóvenes, suscitando la preservación de las tradiciones y se sientan orgullosos de sí mismos y por tanto de su historia.

El turismo rural se ve aceptado por los turistas, pues al constituirse en una oferta socio cultural y ambiental desde los pueblos, en los que las tradiciones son múltiples, sus productos pueden enfocarse a diferentes segmentos de turistas, que bien podría ir desde una vivencia rural para niños, hasta productos de mayor elaboración que conlleve al aprendizaje de la cultura del grupo visitado y a la vez la satisfacción del visitante.

Estos productos deben estar enfocados en la conservación del patrimonio natural y cultural, complementados con el desarrollo de servicios turísticos orientados a la sostenibilidad de la actividad, así como del territorio.

Siendo así, que el turismo rural es una actividad económica complementaria a las actividades de la población, como es el caso de la agricultura, ganadería, piscicultura, permite a los pobladores, diversificar y ampliar su actividad productiva, por tanto, genera el incremento de ingresos económicos a las familias y por consiguiente el mejoramiento de las condiciones de la calidad de vida de la población local.

Todo ello, demanda de la organización y gestión local, en el que interviene la comunidad y gobierno local, en donde la comunidad juega el papel protagónico, al constituirse en la médula de la gestión de su propio desarrollo.

Es importante entender que es rural, de acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Ganadería - FAO (2019), son territorios que han recibido menor énfasis en las condiciones socioeconómicas de las personas. De allí, la necesidad de que estos espacios y por tanto de sus habitantes, dispongan de alternativas de desarrollo que mejoren sus niveles de vida, y que, a pretexto de la actividad turística, dispongan de mejores condiciones habitacionales y de su territorio.

Este escenario se ha generalizado en los países de América Latina, sin embargo, la concentración de las comunidades en este territorio es representativa. Es así que, en los países de América Latina, la mayoría de los espacios rurales reflejan territorios compuestos por comunidades campesinas en situación de pobreza, donde sus recursos territoriales físicos, naturales y sociales, que comprenden el capital rural

se encuentran en peligro de degradación o extinción (Rivera, 2013). Sin embargo, los aportes en torno al desarrollo sostenible han generado una nueva concepción en relación a la ruralidad y la importancia de preservar el espacio rural con un nuevo enfoque de turismo alternativo.

En el Ecuador se pretende promover esta actividad a lo largo del territorio, es así que el Ministerio de Turismo del Ecuador (2018) impulsa el agroturismo para la dinamización del turismo en distintas provincias del país, como parte de las estrategias para el fortalecimiento de esta actividad a través de la Subsecretaría de Gestión y Desarrollo, responsable del “Plan nacional para el agroturismo” en la que se busca consolidar esta actividad en distintos territorios del país.

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (2017) el turismo rural es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. Las actividades de turismo rural se desarrollan en entornos no urbanos con las siguientes características: a) baja densidad demográfica, b) paisajes de ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura, y c) estructuras sociales y formas de vida tradicionales.

Las definiciones expuestas han determinado que esta modalidad de turismo se desarrolla en el entorno natural con la

participación activa de la comunidad y se requiere que el turista participe en las actividades diarias de la población. Pero para que se desarrolle esta actividad es indispensable una oferta turística integral que se asocie con un servicio de calidad y la identificación de un producto turístico.

Sin duda alguna, el turismo rural desarrollado de forma organizada, generará impactos positivos en el ámbito económico, social y cultural. En tal sentido, produce una dinamización económica para las poblaciones no urbanizadas, así como la vinculación de la población en la prestación de servicios turísticos e intercambio cultural.

APORTES TEÓRICOS DEL TURISMO RURAL A NIVEL DE EUROPA Y LATINOAMÉRICA

El turismo rural indudablemente es una actividad que nace por las exigencias de una sociedad que busca espacios no urbanizados para alejarse de la vida cotidiana que se desarrolla en las grandes urbes.

Al ser el turismo rural una actividad que vincula el ámbito social, surge de manera espontánea en los años cincuenta como una alternativa para recuperar las zonas rurales afectadas por la segunda guerra mundial. En esta época se origina en Europa, precisamente en Francia la organización Gites de France, se trata de una red que agrupa a establecimientos rurales que ofrecen alojamiento (Román y Ciccolella, 2009). Debido a la importancia dentro del sector económico, esta actividad se desarrolló en diferentes países de Europa.

El impulso del turismo rural en el continente europeo se origina por el interés de conocer la vida cotidiana en el campo, sumado a ello, la necesidad de conservar los espacios naturales y el interés de las poblaciones urbanas que desean alejarse de las rutinas en las ciudades.

Tal es el caso de Holanda, designado como el ejecutor por la Unión Europea para ejecutar en el marco del Proyecto Áreas Rurales Europeas el componente “Back to the Future. New Functions for rural areas in Europe” que tiene por objeto determinar las nuevas actividades posibles en las áreas rurales, entre ellas las de recreación y turismo (Barrera y Muñoz, 2003).

En este continente se han desarrollado varias acciones para impulsar fuertemente la actividad turística rural en el campo. Tal es el caso de Italia que ha tomado gran impulso en esta actividad, los servicios de alimentación que brindan los agricultores en sus establecimientos son considerados una extensión de la actividad agropecuaria, este país mantiene una legislación de neto corte regulatorio en materia de turismo (Barrera y Muñoz, 2003).

En el país español las normativas han tenido un desarrollo regional. Todas las autonomías han generado legislación respecto de los productores que brindan servicios de alimentación y alojamiento en sus establecimientos (Barrera y Muñoz, 2003). Este es uno de los países donde la actividad del campo ha tomado un fuerte impulso para el mejoramiento de las condiciones de vida de las poblaciones, su de-

sarrollo ha sido significativo, debido a la existencia de productos turísticos derivados de los recursos existentes en las zonas rurales. En esta nación tanto en Galicia como en Cataluña, la oferta del turismo rural ha sido significativa, el paisaje gallego tiene una imagen singular y atractiva para una demanda que retorna al gusto por la naturaleza. Cataluña tiene una oferta turística muy consolidada, esta fue la primera comunidad que legisló la figura de alojamiento rural en España (Cánoves, Herrera y Villalino, 2005).

En los demás países de Europa como: Austria, Alemania, Finlandia, Irlanda, Dinamarca, la actividad del agroturismo está muy bien desarrollada, debido a la necesidad de satisfacer una gran demanda turística asociado a la existencia de nuevos perfiles de turistas.

En los países de América Latina la mayoría de los espacios rurales reflejan territorios compuestos por comunidades campesinas en situación de pobreza, donde sus recursos territoriales físicos, naturales y sociales, que comprenden el capital rural se encuentran en peligro de degradación o extinción (Rivera, 2013). Sin embargo, los aportes en torno al desarrollo sostenible han generado una nueva concepción en relación a la ruralidad y la importancia de preservar el espacio rural con un nuevo enfoque de turismo alternativo.

De esta forma, el turismo rural en Argentina ha tenido un crecimiento importante en las últimas décadas por diversos factores que confluyen en el crecimiento de esta modalidad caracterizada por de-

sarrollarse en el ámbito rural y permitir el acercamiento de los visitantes a la cultura agropecuaria (Varisco, 2016).

En el Ecuador se pretende desarrollar esta actividad, como una opción importante para el desarrollo de las poblaciones locales, es así que el Ministerio de Turismo (2018) impulsa el agroturismo para la dinamización del turismo en distintas provincias del país, como parte de las estrategias para el fortalecimiento de esta actividad a través de la Subsecretaría de Gestión y Desarrollo, responsable del “Plan nacional para el agroturismo” en la que se busca consolidar esta actividad en distintos territorios del país.

Al ser una actividad que ha tenido un desarrollo importante en la economía de algunos sectores rurales y por la importancia en la dinamización de la economía, varios autores han conceptualizado al turismo rural como una actividad que se desarrolla en espacios rurales mediante una convivencia entre el habitante y el turista para conocer las distintas actividades agrícolas que se realizan en una determinada zona. Esta actividad requiere de distintos espacios que pueden vincularse con el turismo de naturaleza, agroturismo y de otros elementos para complementarse, como es el caso de la gastronomía y el patrimonio cultural.

Una conceptualización en sentido amplio incluiría distintas modalidades turísticas que se desarrollan en el entorno rural y son demandadas por turistas, cuya motivación principal está relacionada con la búsqueda de zonas no masificadas, en contacto con la naturaleza y que les permita disfrutar

del paisaje o realizar cualquier tipo de actividad deportiva, lúdica o cultural (Serrano y Molina, 2002).

La definición que plantea Pérez (2010) se asocia que el turismo rural toma todos los recursos rurales, los combina y organiza de manera muy diversa en productos turísticos que pueden ofrecer actividades variadas y definen las posibilidades que presentan los territorios rurales en el desarrollo de esta nueva actividad productiva.

Por su parte, Ortiz (2008) el turismo rural es aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno autóctono y una interrelación con la sociedad local.

La Organización Mundial de Turismo (2017) como resultados del trabajo del CTC, la 22ª Sesión de la Asamblea General celebrada en Chengdu define al turismo rural como un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas reales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. Las actividades de turismo rural se desarrollan en entornos no urbanos (rurales) con las siguientes características: baja densidad demográfica, paisaje y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura y estructuras sociales y formas de vida. Este concepto es más amplio y engloba aspectos que deben incluirse en esta modalidad.

Las definiciones expuestas han determinado que esta modalidad de turismo se desarrolla en el entorno natural con la participación activa de la comunidad y se requiere que el turista participe en las actividades diarias de la población. Pero para que se desarrolle esta actividad es indispensable una oferta turística integral complementada con un servicio de calidad a fin de garantizar la satisfacción y disfrute del turista. Sin duda alguna, el turismo rural desarrollado de forma organizada, generará impactos positivos en el ámbito económico, social y cultural. En tal sentido produce una dinamización económica para las poblaciones no urbanizadas, así como la vinculación de la población en la prestación de servicios turísticos e intercambio cultural.

Considerando la importancia de esta actividad para el desarrollo de las poblaciones locales, resulta importante la planificación de este tipo de turismo, considerando estrategias que permitan alcanzar un desarrollo a corto o largo plazo mediante la participación activa de los habitantes. Es una actividad que requiere de servicios turísticos de calidad, adecuación de infraestructura, facilidades, es decir una oferta turística que identifique un producto turístico basado en las potencialidades de la zona, con la finalidad de ofrecer paquetes turísticos atractivos para los visitantes.

DESARROLLO RURAL SOSTENIBLE

El desarrollo del sector turístico es un fenómeno que ha evolucionado mucho en los últimos años, debido a los nuevos segmentos y las diversas tendencias que oferta el

mercado turístico. La generación de empleo y la obtención de capital hacen que las actuales tendencias formen una prioridad en el sector turístico catapultando a este como uno de los mercados de mayor movimiento e importancia en la economía y sociedad. Pero, si bien es cierto que por un lado se puede generar la dinamización de la sociedad a través del impacto turístico, también se ve afectada la sostenibilidad del territorio, al respecto se puede decir que el ideal sería el crecimiento del destino a la par con la sostenibilidad.

En 1995 se celebra en Lanzarote la Iª Conferencia Mundial para el Turismo Sostenible auspiciada por diferentes instituciones como la ONU y la OMT. El principal logro de la conferencia fue la Promulgación de la Carta del Turismo Sostenible cuyos principios fijan las bases para una estrategia turística mundial en clave de sostenibilidad. Los principios resultantes de la anterior conferencia son los siguientes:

- La política, la planificación y la administración son las fuentes más apropiadas para dar respuestas a los problemas de mal uso de recursos naturales y humanos.
- El turismo sostenible no está en contra del crecimiento económico, aunque reconoce que existen límites que deben ser respetados, siendo necesaria la planificación estratégica a largo plazo.
- La preocupación de la gestión del turismo sostenible es ambiental, social, cultural, política y administrativa. Todos los interesados deben ser consultados y tener acceso absoluto a las informaciones.
- Es importante satisfacer las necesidades y aspiraciones humanas, lo que implica pre-

ocupación notoria por la equidad, la igualdad y la justicia.

- Es necesaria la comprensión clara de cómo funcionan las economías de mercado y conocer las culturas, los procedimientos de gestión de los negocios del sector privado, las organizaciones del sector voluntario/público, las actitudes de los consumidores y prestadores de servicio, a fin de transformar buenas intenciones en medidas prácticas.
- El balance entre costes y beneficios de las decisiones que se forman sobre diferentes procesos de acción debe abarcar la verificación de cuánto ganan o pierden los diferentes individuos y grupos (Lorenzo & Garrido, 2014).

En base a lo anterior, se puede decir que la aplicación de los principios de sostenibilidad a la actividad turística va a garantizar un perfecto proceso de desarrollo y crecimiento del destino, de acuerdo a lo que indica Cocosis (1996) citado por Bertoni (2008): la sostenibilidad del turismo se reconoce a partir de cuatro interpretaciones la sostenibilidad económica del turismo, al turismo ecológicamente sustentable, el desarrollo del turismo sustentable a largo plazo y el turismo como parte del desarrollo sustentable.

Por otro lado, la UNWTO (2017) reconoce que el papel que juega el turismo en la sostenibilidad de los destinos debe basarse en cinco áreas clave:

- 1) Crecimiento económico inclusivo y sostenible.
- 2) Inclusión social, empleo y reducción de la pobreza.

- 3) Uso eficiente de los recursos, protección ambiental y lucha contra el cambio climático.
- 4) Valores culturales, diversidad y patrimonio.
- 5) Entendimiento mutuo, paz y seguridad.

El ideal de desarrollo sería que se pueda articular las bases de la sostenibilidad con la actividad turística, a fin de beneficiar de mejor manera a la comunidad y poder garantizar la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales y la diversidad biológica de los destinos (Quintero, 2004).

El desarrollo rural está enfocado a mejorar las condiciones de la calidad de vida de las poblaciones localizadas en territorios no urbanizados, con la integración de los elementos ambiental, socio cultural y económico. La mejora de la calidad de vida se puede lograr cuando existe preservación de los recursos ambientales, respeto por las manifestaciones culturales, inserción laboral, armonía y seguridad en las poblaciones locales.

El desarrollo rural tiene como objetivo general integrar todas las formas potenciales de aprovechamiento de los recursos existentes en la zona, especialmente el agrícola; y como objetivos específicos, mejorar la calidad de vida en el medio rural, regenerar y dinamizar dicho medio, mantener la población, proteger el medio ambiente y crear empleos. Este desarrollo se caracterizaría por promover una diversificación de la actividad agrícola sin perder de vista la identidad cultural de las zonas rurales ni la preservación de sus valores medioambientales, culturales, históricos

y patrimoniales, y manteniendo un equilibrio territorial y ecológico que sirviera como soporte de las distintas actividades sociales y recreativas (Martínez de Anguita, 2006).

METODOLOGÍA

La metodología empleada para el presente estudio inicia con la observación directa, el cual se ha considerado al potencial humano de la zona como informante clave para el desarrollo de la presente investigación. Así esta propuesta parte de una investigación de campo, con la aplicación de una encuesta, constituida por cincuenta y dos preguntas, distribuidas en tres secciones: información general, información de residentes sobre desarrollo de la actividad turística y rol de los gestores públicos en este territorio. Para determinar la muestra se utilizó el muestreo probabilístico como una técnica para conocer a cada individuo objeto de estudio, obteniendo una muestra de 161 residentes, es decir, un representante por cada grupo familiar perteneciente a la parroquia de El Cisne, con la finalidad de conocer tres aspectos fundamentales: situación sociodemográfica de las familias residentes en la parroquia, la percepción de los residentes sobre el desarrollo de la actividad turística y el rol de los gestores sobre las actividades turística, medioambiental y de inclusión.

La muestra aplicada es representativa ya que los datos obtenidos permiten realizar inferencias o generar conclusiones con grado de certeza en relación al objeto de estudio, adicional, para complemen-

tar el proceso metodológico que permita el análisis de los resultados se emplea los métodos analítico - deductivo para determinar las características de una realidad, referida en los datos socio demográficos de la población, la situación actual del turismo visto desde la población, y las acciones en los ámbitos turístico y medioambiental tomadas desde los gestores locales. Así mismo, se aplica el método analítico - descriptivo en el análisis de la información obtenida en la zona, generando información precisa para complementar la propuesta de turismo rural en El Cisne.

de un modelo basado en el género y la inclusión.

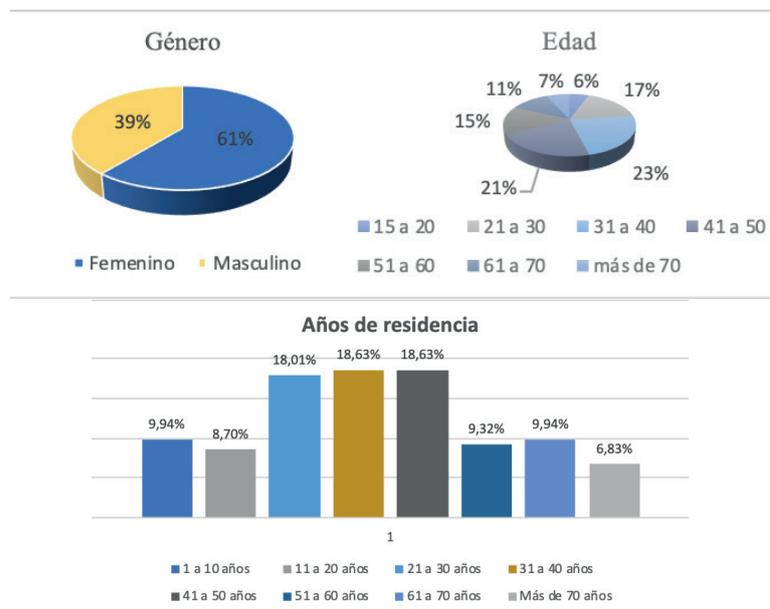
En este apartado se indican los datos que permitieron conocer la situación actual del turismo en esta parroquia, en donde se analizan algunas variables como: desarrollo de la actividad turística, grado de percepción de los responsables de la gestión y planificación de la parroquia, así como el grado de las prácticas de responsabilidad social.

El conocimiento de la predisposición que tienen los pobladores es fundamental para toda propuesta turística, puesto que la actitud de los habitantes para involucrarse en la actividad turística es un elemento primordial para el desarrollo del turismo. En tal sentido, los resultados muestran aspectos importantes en relación al turismo de la parroquia El Cisne.

RESULTADOS O HALLAZGOS

Es importante mencionar que estos resultados se derivan de una primera fase del proyecto de investigación denominado: El turismo rural como eje de desarrollo sostenible en la parroquia El Cisne del cantón Loja, provincia de Loja: Generación

Ilustración 1. Perfil sociodemográfico



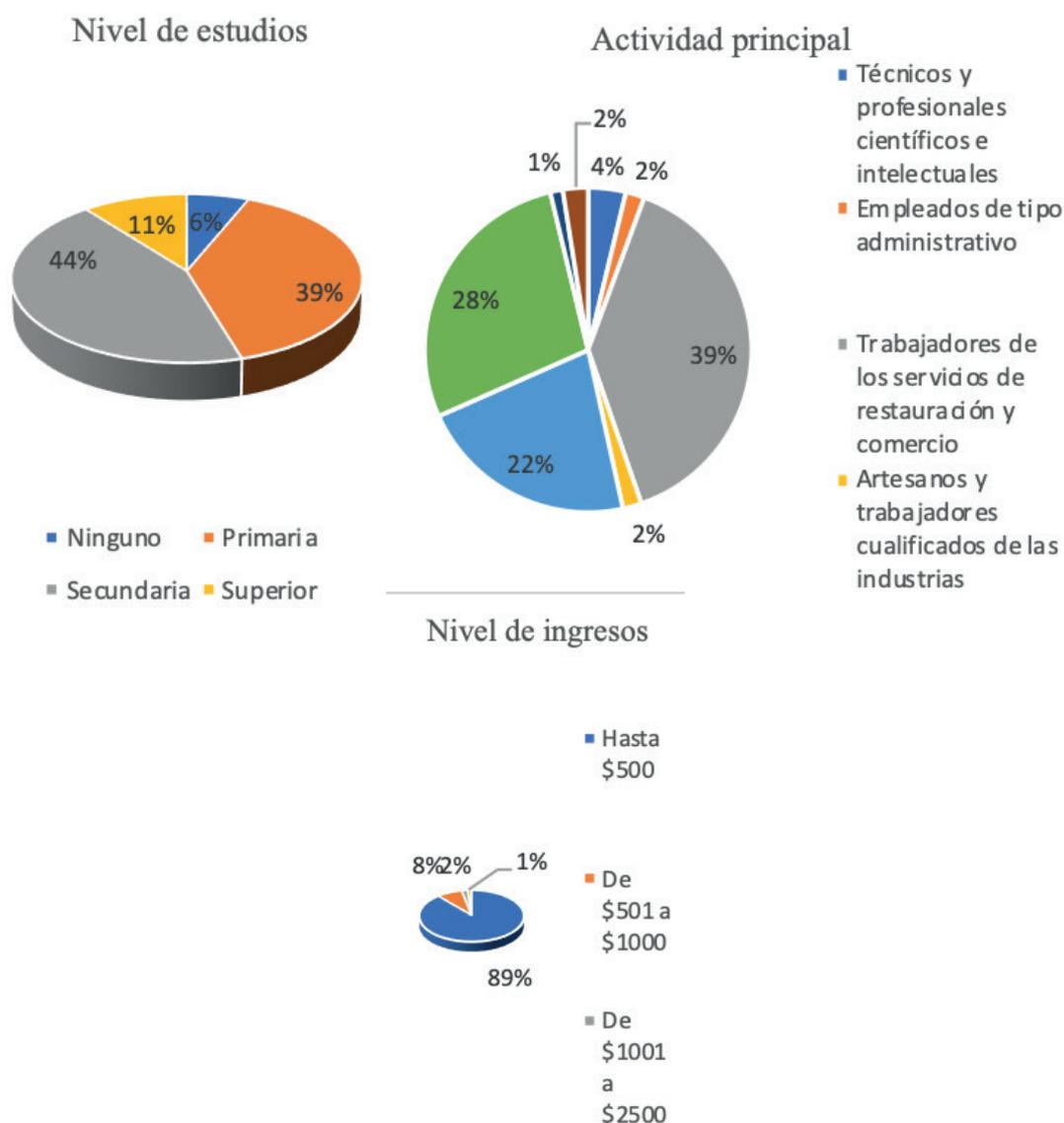
Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las autoras, 2019.

De los resultados del trabajo de campo, se analiza el perfil sociodemográfico de los encuestados, de los cuales el 61% corresponde al género femenino, estos datos confirman la mayor presencia de mujeres de acuerdo a información oficial de estadísticas nacionales, como en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Así mismo, el rango de edad de los encuesta-

dos tiene una equivalencia entre 31 a 40 años, por tanto, son adultos con criterio y conocimiento sobre el desarrollo turístico de la parroquia. El 18,63% reside en la localidad en un tiempo entre 31 a 50 años, lo que significa que muchos de ellos son nativos de este lugar y como tal tienen un conocimiento amplio de la localidad.

Ilustración 2. datos sociodemográficos



Fuente: Encuestas.
Elaboración: Las autoras, 2019.

Con respecto al nivel de instrucción, el 44% tiene formación secundaria y el 39% son trabajadores de los servicios de restauración y comercio, lo cual tiene una relación entre el nivel de estudios y la ocupación. Los encuestados en su mayoría con el 89% percibe una remuneración mensual de ingresos de hasta \$500 dólares americanos.

El planteamiento de las siguientes preguntas permite conocer la percepción que tienen los habitantes de la parroquia El Cisne con respecto al desarrollo de la actividad turística. Esta sección está enfocada a conocer la actividad comercial a la que se dedica el encuestado y la relación existente entre la actividad ocupacional y el turismo.

Tabla 1. Relación de la actividad económica con el turismo

De esta manera en la tabla 1, se puede observar que la mayoría de los encuestados; el 57,14% son empresarios, microempresarios o emprendedores, es decir son generadores de su propio empleo. Además, para conocer la percepción que tienen los habitantes de la parroquia El Cisne fue necesario plantear una pregunta sobre la relación existente entre la actividad económica de los habitantes con el turismo. Estos resultados tienen una vinculación directa con la pregunta anterior, lo cual se puede verificar en esta tabla, en la que se observa que el 47,20% de los encuestados, la actividad económica está relacionada con la actividad turística, pero principalmente con el turismo religioso, actividad que ha sido desarrollada en El Cisne por varias décadas, debido a que existen feligreses que durante todo el año visitan el Santuario para venerar a la Sagrada Imagen de la Virgen de El Cis-

Opciones de respuesta	Empresario, microempresario o emprendedor	Relación de la actividad económica con el turismo
Si	57,14	47,20
No	42,86	18,63
No aplica	0	34,16
Total	100%	100%

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las autoras, 2019.

ne, y con mayor intensidad durante los meses de mayo y agosto, principalmente,

este mes último por la romería de la Virgen de El Cisne, en el trayecto desde esta parroquia hacia la ciudad de Loja.

Tabla 2. Desarrollo de la parroquia basado en el turismo

Opciones de respuesta	El turismo es bueno para la parroquia	El desarrollo de la parroquia está basado en el turismo	Oportunidades de entretenimiento y recreo	Contacto con culturas diferentes
En desacuerdo totalmente	1,24		10,56	0,62
En desacuerdo	1,24	1,24	4,35	1,24
Indiferente	1,24	4,97	7,45	6,83
De acuerdo	1,86	2,48	9,94	15,53
Totalmente de acuerdo	94,41	91,30	67,70	75,78

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las autoras, 2019.

En la tabla 2 se indica que los pobladores están de acuerdo que el turismo desarrollado de forma planificada genera importantes beneficios para toda la comunidad, de la misma manera, consideran que el desarrollo de la parroquia está basado en el turismo, pero actualmente ha sido poco significativo, debido a que la principal actividad económica de los pobladores se deriva principalmente de la agricultura y ganadería.

Para la obtención de estos resultados, se consideró la escala de Likert, con las variables de 1 a 5, en donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de

acuerdo; esta escala brinda la opción de que los encuestados puedan elegir entre las alternativas presentadas en el instrumento de la encuesta, y los encuestados muestran su satisfacción en relación a la percepción, conocimiento y bondades de la parroquia.

En relación al desarrollo de la parroquia basado en el turismo, el mayor porcentaje de encuestados afirma que está totalmente de acuerdo que el turismo puede dinamizar la economía de la parroquia, lo que podrá generar beneficios significativos para todos los habitantes de la localidad. Así mismo, respecto de las oportunidades que puede generar la actividad turística, el mayor porcentaje está totalmente de acuerdo, ya que considera que el turista requiere de actividades de entretenimiento y recreo, para el disfrute y estancia en el lugar de visita. Además, en su mayoría los encuestados consideran que el desarrollo del turismo permite mantener contacto con personas de distintas procedencias y conocer diferentes culturas, estos aspectos favorecen la interrelación de la comunidad.

Tabla 3. Beneficios del turismo en la parroquia

Opciones de respuesta	Crear puestos de trabajo	Incremento de ingresos residentes	Incremento de inversión	Incremento de calidad de vida
Totalmente en desacuerdo	1,24	0	1,242	0,62
En desacuerdo	3,11	1,24	0	0
Indiferente	2,48	6,21	0,621	4,35
De acuerdo	5,59	1,86	6,211	1,86
Totalmente de acuerdo	87,58	90,68	91,925	93.17
Total	100%			

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las autoras, 2019.

En relación a los beneficios del turismo en la parroquia, el mayor porcentaje de encuestados está totalmente de acuerdo, en razón de que considera que esta actividad es un factor clave para el progreso económico de la zona, mediante la creación de puestos de trabajo. Los resultados obtenidos tienen una relación directa con la pregunta sobre incremento de ingresos económicos para los residentes, pues resulta considerarse como una consecuencia del empleo que puede generar la actividad turística.

Sin duda alguna, la actividad turística para desarrollarse de la mejor manera requiere de servicios de calidad, que generan disfrute y satisfacción del visitante. En virtud de

ello, los resultados indican que los habitantes de la parroquia consideran que es necesario la inversión por parte de los empresarios, a fin de mejorar la oferta turística. Por lo tanto, la mejora de infraestructura proporcionará mejores servicios y por ende el mejoramiento de la calidad de vida de los residentes.

Como parte complementaria a esta investigación, el trabajo de campo también analizó la gestión de las instituciones públicas respecto al desarrollo de la parroquia a través de la percepción de los habitantes, en lo referente a: calidad de vida, creación de empleo y desarrollo de prácticas de responsabilidad social en esta localidad.

Tabla 4. Gestión y planificación de la parroquia

Opciones de respuesta	Preocupación por mejorar la calidad de vida de los grupos de interés	Compromiso por la creación de empleo	Mecanismos para minimizar el impacto ambiental	Se utiliza o favorece la producción de artículos ecológicos	Uso de envases y embalajes en el GAD Parroquial
Desacuerdo totalmente	52	62,7	50,3	71,4	67,1
En desacuerdo	26,1	21,7	21,1	17,4	13,7
Indiferente	18,01	9,3	18,6	11,2	15,5
De acuerdo	3,11	3,7	3,7	0,0	0,0
De acuerdo totalmente	1,24	2,5	5,0	0,0	3,7
No contesta	0	0	1,2	0	0
TOTAL	100%				

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las autoras, 2019.

Con respecto al planteamiento de estas preguntas, los resultados no son favorables para la gestión, según la percepción de los encuestados. En relación a la mejora de la calidad de vida, según el criterio de los encuestados la gestión pública no genera beneficios sociales y económicos de la comunidad. Los habitantes expresan que no hay compromiso por parte de las autoridades para la creación de fuentes de trabajo que permita la inserción laboral de todos los pobladores, además el mayor porcentaje, indica que no se evidencian prácticas de responsabilidad social que, entre otras, minimicen el impacto medioambiental o se promueva la producción de artículos ecológicos o el uso envases reciclables.

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

Los principales hallazgos demuestran que la actitud de los habitantes de la parroquia El Cisne es favorable, constituyéndose un elemento primordial para establecer una propuesta de desarrollo turístico en esta localidad basado en la predisposición que tienen los residentes y las potencialidades turísticas que tiene esta localidad.

La parroquia rural de El Cisne es conocida debido a la presencia de la Basílica en donde se venera la Sagrada Imagen de la Virgen de El Cisne, la cual atrae a cientos de feligreses durante todo el año, lo que

ha originado que en esta localidad se desarrolle el turismo religioso.

Partiendo de lo mencionado y la necesidad de diversificar la oferta turística de la parroquia, se pretende potenciar el desarrollo del turismo rural, considerando los atractivos turísticos naturales y las manifestaciones culturales presentes en la zona y que esta actividad pueda desarrollarse a lo largo del año, mediante la participación activa de la comunidad.

De esta forma, el turismo rural se enmarca en una nueva forma de hacer turismo, que puede convertirse en una interesante fuente de ingresos para las economías rurales. Como su nombre lo indica, es una actividad que se desarrolla en espacios rurales, con la principal motivación de que la comunidad empoderada en esta zona sea la que más se beneficie a través de la gestión adecuada de los recursos, la participación de población y la revitalización de la economía local.

Esta zona cumple con las condiciones que menciona (Vera, et al., 1997) para desarrollar turismo rural, que son:

- Situado en zona rural.
- Ser funcionalmente rural, con características particulares como: la pequeña empresa, los grandes espacios, el contacto con la naturaleza, el patrimonio, las sociedades y las prácticas tradicionales.
- Ser de naturaleza tradicional, de crecimiento lento y ligado a las familias locales.
- Ser viable, es decir que su desarrollo

debe ayudar a mantener el carácter rural propio de la región y hacer un uso viable a largo plazo de los recursos locales.

- Ser de distintos tipos, diversidad del entorno, la economía y la historia del espacio rural.

Todas estas condiciones se ven cumplidas en El Cisne, y además de apuesta por este tipo de turismo, por una parte para conservar la ruralidad de este sector y por otra, apostando a los objetivos que persigue este tipo de turismo, que según Martínez y Solsona (2000), son, entre otros: mejorar las condiciones de vida, reactivación económica, incorporación de la mujer en el trabajo, mantenimiento de actividades agropecuarias y artesanales, mantenimiento o recuperación de patrimonio arquitectónico tradicional, enriquecimiento cultural de la población.

CONCLUSIONES

La situación socio económica de los pobladores de la parroquia de El Cisne, está por debajo de los niveles de ingreso familiar, cuyo valor no alcanza al coste de la canasta familiar, su formación llega en la mayoría de los casos a la secundaria, mientras que sus ocupaciones no son cualificadas, además de restauración, comercio, agricultura y ganadería como principales actividades económicas. Se evidencia la puesta en marcha de sus capacidades locales con el aprovechamiento de los recursos propios con el surgimiento de emprendimientos de tipo religioso, que en la mayoría de la población están asociados a la actividad turística.

Al existir más de cinco centurias de la actividad de turismo religioso en la parroquia, la actividad económica es generacional, esto ha incidido en la percepción positiva de la actividad turística por parte de la población, al considerar que la actividad es buena para el sector, pues la afluencia de personas consolida la cultura en la población, discurriendo que la actividad es un eje económico representativo como medio de subsistencia, además de la generación de nuevos negocios.

Desde la visión de la comunidad, las acciones de los gobiernos locales en los ámbitos turístico, ambiental y de inclusión es mínima, la generación de empleo no es representativa, igual situación se presenta en la profesionalización de la comunidad. Las oportunidades laborales y de superación sólo benefician a un mínimo porcentaje de la población, a más de los bajos niveles en la calidad de los servicios que brinda el gobierno local en su gestión administrativa y en el ámbito ambiental.

Con la articulación de los resultados, el turismo rural en la parroquia de El Cisne, puede tener alcances económicos y socio-culturales importantes en este espacio. La apertura consciente de la población sobre los beneficios de la actividad turística, propician el escenario para su desarrollo sostenido, bajo un marco de un gobierno local comprometido con la generación de empleo, sumado al bienestar de la comunidad y ambiente, generando efectos directos e indirectos a las diferentes estructuras productivas de toda la comunidad enfocados a la gestión del espacio rural y su valoración del territorio como un ente

de mantenimiento de la identidad cultural de su población. En consecuencia, la actitud de la población local es un elemento favorable para el fortalecimiento del turismo en una determinada localidad.

Con respecto al desarrollo del turismo se puede mencionar que se convierte en un elemento clave para la toma de decisiones y la generación de políticas públicas en favor del desarrollo de la localidad, por lo que el fortalecimiento de esta actividad permitirá mejorar las condiciones de vida mediante la generación de empleo, las nuevas formas de organización y división del trabajo en cuanto a género y edad.

A fin de confirmar la vocación turística de este territorio es conveniente realizar una evaluación rigurosa que tome en cuenta la oferta, la demanda, la competencia y los impactos que puede ocasionar esta actividad.

Finalmente, con la finalidad de complementar las actividades de los visitantes, es necesario promover el desarrollo del turismo rural como una alternativa de ocio y recreación para quienes deseen alejarse de los espacios urbanos y disfrutar de nuevas experiencias turísticas.

BIBLIOGRAFÍA

- Almeida, N. (2002). La Churona Lojana. *Revista de la Universidad del Azuay Universidad Verdad*, Núm.27, pp.20.
- Barrera, E. y Muñoz, R. (2003). Manual de turismo rural para micro pequeños y medianos empresarios rurales. Recuperado de https://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/promer_manual_de_turismo_rural_2003.pdf
- Cánoves, G., Herrera, L., y Villarino, M. (2005). Turismo rural en España paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones. *Dialnet*, 15, 63-76
- Lorenzo Linares, H., & Morales Garrido, G. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 453 - 466.
- Martínez de Anguita, P. (2006). Desarrollo Rural Sostenible. Recuperado de <https://n9.cl/17gh>
- Martínez, J., y Solsona, J. (2000). Alojamiento turístico rural. Gestión y comercialización. Madrid: Síntesis.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). Agroturismo, estrategia que se trabaja con los actores de la industria turística nacional. Quito: MINTUR. Recuperado de <https://bit.ly/2URg48w>
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Ganadería (2019). Nueva definición de lo rural en América Latina y el Caribe.
- Organización Mundial de Turismo (2017). Definiciones Comité de Turismo y Competitividad (CTC). Chengdu.
- Ortiz, H. (2008). Turismo rural y campesinado, una aproximación social desde la ecología, la cultura y la economía. *Revista de Ciencias Sociales*, 47, 237-261. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v15n47/v15n47a9.pdf>
- Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana*, 28(3), 507-513. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/agrocol/article/view/14688/37532>
- Quintero, J. (2004). Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. *Anales del Museo de América*, 12, 263 - 274.
- Rivera, X. (2013). El turismo rural comunitario como alternativa de desarrollo humano sostenible. (Tesis Doctoral). Universidad Autónoma de Honduras. Tegucigalpa.
- Román, M. y Ciccolella, M. Turismo rural en la Argentina. Recuperado de <https://bit.ly/2TQT2ID>
- Serrano, L. y Molina, A. (2002). Análisis del concepto de turismo rural e implicaciones de marketing. (*Revista ICE*) Recuperado de <http://www.revistasice.info/index.php/BICE/article/view/2990/2990>

UNWTO, 2017. Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo <https://media.unwto.org/es/press-release/2017-01-16/2017-ano-internacional-del-turismo-sostenible-para-el-desarrollo>

Varisco, A. (2016). Turismo rural: Propuesta Metodológica para un enfoque sistémico. *Pasos*, 14(1), 153-167.

Vera, López, Marchena y Antón (1997). Análisis territorial del turismo. Barcelona: Ariel Geografía.

CONCLUSIONES

Humberto Thomé Ortiz
Rebeca Osorio González
Oswaldo Echeverría

Las obras colectivas siempre presentan la dificultad de articular las aportaciones particulares de los autores con la estructura general del libro. El caso de *Turismo rural. Una radiografía desde Latinoamérica*, no es la excepción, puesto que la diversidad de enfoques teóricos, metodológicos y elementos empíricos que contiene este volumen consistieron un reto para dar forma a un discurso y un objetivo general.

La decisión entre respetar la particularidad de cada capítulo o buscar una homogeneidad dentro del libro, está muy lejos de ser una elección banal o de simple orden estético. Por el contrario, este asunto refleja la forma particular en que se busca generar y ordenar el conocimiento por lo que, desde nuestro juicio, se trata de una decisión de orden epistemológico.

La heterogeneidad que presentan los casos estudiados, las formas en que estos son abordados y los enfoques teóricos desde los que se construyen, son un reflejo de la complejidad ontológica de nuestro objeto de estudio. Es decir, que cuando pensamos en turismo rural latinoamericano, no podríamos estar hablando de un solo turismo, sino de turismos diversos, dispersos y heterogéneos. Tampoco podríamos estar hablando de una ruralidad, sino de múltiples ruralidades.

Uno de los primeros resultados de esta “radiografía”, es que a pesar de que los postulados bajo los que se ha construido el turismo rural como un fenómeno global, fueron pensados en el contexto de la ruralidad europea; el campo del Viejo Continente y el de Nuevo Mundo, difieren considerablemente en aspectos estructurales y funcionales, es por ello que este manuscrito tuvo por objeto la construcción de una visión propia de lo que debe ser el turismo en el campo de América Latina.

Cuando pensamos en turismos, tal como lo pudimos observar en los casos presentados, nos referimos a que la definición de la vocación turística de los espacios rurales latinoamericanos, es una función *a posteriori*, con relación a la inserción de los territorios en las dinámicas de la “nueva ruralidad”. Es decir, que la identidad turística de los territorios se construye sobre sus propios procesos de turistificación y en función de su particular configuración ecológica, social, política, económica, cultural y etnológica. De ahí las infinitas posibilidades que presenta el aprovechamiento turístico de los abigarrados espacios rurales latinoamericanos.

Cuando pensamos en ruralidad, tenemos que hacer referencia a las diversas formas que adquieren aquellos territorios antinómicos a las grandes urbes, que muy poco pueden ser definidos por los rígidos criterios sociodemográficos de exclusión, acunados en los pequeños y monótonos países del norte occidental. En el caso latinoamericano, las ruralidades trastocan las barre-

ras de tiempo y el espacio contruyendo así manifestaciones, también infinitas, de lo que entendemos por ruralidad.

Sin duda, las diferencias entre los contextos donde tuvieron origen las expresiones primigenias del turismo rural y de aquellos donde las replicamos como paquetes de una política pública, abiertamente desestructurada, hacen necesaria la implantación de una perspectiva crítica transversal, dentro de los análisis de la turistificación del espacio rural. Ello, como una respuesta a las diferencias culturales e ideológicas que distinguen al contexto latinoamericano, entre las que se pueden citar las lógicas comunitarias, la existencia de formas colectivas de tenencia de la tierra y la pervivencia de cosmovisiones originarias; por otra parte, debe considerarse que una interpretación siempre válida de la consolidación del turismo rural, se refiere al avance de la lógica del capitalismo (y su penetración) hacia espacios que aún no había conquistado por completo. Esto significa también que una perspectiva materialista e histórica, siempre será una herramienta útil para hacer un balance entre los beneficios e impactos económicos y socioculturales del turismo.

La heterogeneidad de los referentes empíricos, que fueron presentados en esta obra, también es un indicador claro de la necesidad de contar con perspectivas diversas para abordar objetos de estudio no pocas veces disímiles. Ello se traduce en la incorporación de metodologías mixtas y enfoques inter, multi y transdisciplinarios que permitan el estudio riguroso y sistemático de objetos de estudio complejos y

altamente dinámicos. Es por ello, que se confirió un valor especial a las lecciones aprendidas en cada capítulo, como una unidad de aprendizaje particular y en las posibles relaciones con otros capítulos y/o la totalidad de la obra. Se observa la necesidad de enfocar los análisis teóricos, metodológicos y empíricos, desde perspectivas sistémicas y complejas.

Aunque el conjunto de trabajos presentados no constituye una revisión exhaustiva del fenómeno a nivel latinoamericano, ni tampoco es una muestra representativa, lo que se buscó fue la potencia ilustrativa y didáctica de cada contribución. Lo anterior, es muestra de la importancia de redoblar esfuerzos para contar con un mayor soporte teórico y empírico del fenómeno pero, al mismo tiempo, nos permitió construir un primer esfuerzo para plantear algunas coordenadas de investigación propias para de región bajo estudio.

En primer término, podríamos decir que el turismo rural latinoamericano es un objeto en construcción, que aún permanece inestable y sobre el que hay que construir un corpus teórico que inicie con su “estatuto epistemológico” y la definición de su naturaleza ontológica. Ello será útil en términos de contar con un conjunto de definiciones y perspectivas que sean útiles para pensar, conceptualizar y gestionar este fenómeno, no nuevo pero si muchas veces emergente, para diversos contextos rurales latinoamericanos.

En segundo lugar, es importante concebir un turismo rural anclado a los territorios y las identidades de América Latina, su-

perando las visiones bucólicas y románticas sobre una ruralidad europea idílica. Sin duda, ello no define las características específicas de nuestros territorios, además de que tan burdas imitaciones no representan atractivo alguno para los nichos emergentes de turistas con “intereses especiales”. Es importante pensar en la posibilidad de crear expresiones turísticas locales, culturalmente apropiadas y con un ADN propio, definido por las peculiaridades del territorio, tal como lo han logrado algunos ejemplos de turismo comunitario en la zona andina o en el sudeste asiático.

En tercer sitio, y por último, invitamos a la reflexión seria, que conduzca a trabajos con, cada vez más, calidad; que se destaquen por su rigor teórico de corte crítico; que representen retos metodológicos y monumentos a la creatividad investigativa; además de reflejar evidencias empíricas de alto valor ilustrativo y representativo para la región. Para ello, es necesario que la formación turística y sus áreas asociadas, trasciendan las visiones operativas y logren crear, aplicar y reproducir conocimientos innovadores y de calidad.

Esperamos que esta obra haya sido de utilidad para los lectores y lectoras, que serán nuestros interlocutores y las voces críticas con quienes anhelamos establecer un debate de largo aliento, en beneficio de la ciencia latinoamericana, de las comunidades rurales y de las oportunidades de desarrollo para los sectores más excluidos de la sociedad. Para nosotros, es altamente significativo que el año de publicación de este trabajo sea el 2020, en el cual la OMT ha decidido nombrarlo como el “Año del

Turismo y del Desarrollo Rural”, con lo cual tenemos la firme convicción que este trabajo se sume a las múltiples contribuciones que se producirán desde los países del Sur Global y muy particularmente desde nuestra región latinoamericana.







FOE
OTMO
EDITORIAL
UTN
IBARRA - ECUADOR

ISBN: 978-9942-845-09-2



9 789942 845092