

REALIDAD, TENDENCIAS Y DESAFÍOS EN TURISMO



CONSEJO DE DECANOS Y DIRECTORES
DE UNIDADES ACADÉMICAS RELACIONADAS
CON LA ENSEÑANZA DEL TURISMO

Neuquén, Junio de 2020

**Consejo de Decanos y Directores de Unidades Académicas
Relacionadas con la Enseñanza del Turismo
CONDET**

Presidente

Mónica Mabel Biasone

Decana Facultad de Cs. Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata

Vicepresidente

Gabriel Koremblit Pellegrini

Director Instituto de Desarrollo Económico e Innovación
Universidad Nacional de Tierra del Fuego

LATINDEX
Catálogo

Sistema Regional de Información
en Línea para Revistas Científicas
de América Latina, el Caribe,
España y Portugal
<http://www.latindex.org>

CIRET

Centre International de
Recherches et Etudes
Transdisciplinaires
<http://www.ciret-tourism.com/>

DOAJ

Directory of
Open Access Journals
<https://doaj.org/>

LATINREV

Red Latinoamericana de Re-
vistas Académicas en Ciencias
Sociales y Humanidades
<http://flacso.org.ar/latinrev/>

REDIB

Red Iberoamericana de Innova-
ción y Conocimiento Científico
<https://www.redib.org/>

Imagen de portada elaborada en base a [Word Art Cloud Creator](#)©

ISSN 01850-4787 | e-ISSN 2545-6199

El Consejo Editorial de la Universidad Nacional del Comahue, en su sesión ordinaria de fecha 3 de marzo de 2020, avaló la publicación de la revista *Realidad, Tendencias y Desafíos del Turismo* del CONDET (Consejo de Decanos y Directores de Unidades Académicas relacionadas con la Enseñanza del Turismo), presentada por la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue.

Miembros académicos: Dra. Adriana Caballero – Dra. Ana Pechén - Dr. Enrique Mases

Presidente: Mg. Gustavo Ferreyra

Director Educo: Lic. Enzo Canale

Secretario: Com. Soc. Jorge Subrini



REALIDAD, TENDENCIAS Y DESAFÍOS EN TURISMO

Staf de la Revista

Editora Responsable

Natalia Marenzana, Universidad Nacional del Comahue

Consejo Editor

Stella Marís Visciarrelli, Universidad Nacional del Sur

Rodrigo Cristian Gonzalez, Universidad Nacional del Comahue

Marcelo Paz, Universidad Nacional de San Martín

Marlene R. Pedetti, Universidad Nacional de Quilmes

Ana Biassone, Universidad Nacional de Mar del Plata

Gabriel Koremblit Pellegrini, Universidad Nacional Tierra del Fuego

Viviana Navarro, Universidad Nacional de la Patagonia Austral

Julieta Andueza, Universidad Nacional de Misiones

Gabriel Tognelli, Universidad Nacional de San Luis

Roxana Mata Botana, Universidad Nacional de Lanús

Sebastián Di Nardo, Universidad Nacional de Río Negro

Alicia Spinello, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires

Pablo Montero, Universidad Nacional de la Plata

Graciela Iturrioz y Daniel E. Urie, Universidad Nacional San Juan Bosco

Héctor Castro, Universidad Nacional de San Juan

Pablo Reales, Universidad Nacional de Avellaneda

Adolfo Omar Cueto, Universidad Nacional de Cuyo

Comité de Redacción

Yusara Mastrocola - Marina Zanfardini - Daniela Rodríguez - Pablo Azar

Diagramación: Luis David Villaverde

Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo es una publicación científica semestral del CONDET (Consejo de Decanos y Directores de Unidades Académicas Relacionadas con la Enseñanza del Turismo, <http://condet.edu.ar/>). Está editada por el Área de Publicaciones de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue. La revista tiene el propósito de difundir la actividad científica de los formadores e investigadores en turismo y recreación. Acepta artículos científicos en los ejes temáticos: administración y servicios turísticos, planificación y gestión del espacio turístico, políticas públicas turísticas, marketing, ocio y tiempo libre, sociología, patrimonio cultural y natural, formación del profesional en turismo, derecho y legislación turística.

NORMAS DE PUBLICACIÓN

Política Editorial

Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo es una publicación científica anual del CONDET (Consejo de Decanos y Directores de Unidades Académicas Relacionadas con la Enseñanza del Turismo, <http://condet.edu.ar/>), que comenzó a publicarse en marzo del año 2.000. Está editada por el Área de Publicaciones de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue.

La revista tiene el propósito de difundir la actividad científica de los formadores e investigadores en turismo y recreación. Acepta artículos científicos, revisiones bibliográficas, estudio de caso y ensayos en los ejes temáticos: administración y servicios turísticos, planificación y gestión del espacio turístico, políticas públicas turísticas, marketing, ocio y tiempo libre, sociología, patrimonio cultural y natural, formación del profesional en turismo, derecho y legislación turística.

La periodicidad de *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo* es semestral y la recepción de manuscritos se encuentra permanentemente abierta. Para publicar en nuestra revista el autor debe enviar su contribución a la Editorial de la revista (revista@condet.edu.ar) de acuerdo con las especificaciones descritas en la guía para autores.

Los juicios emitidos por los autores de los artículos son de su entera responsabilidad; por lo tanto, no comprometen las políticas de las Universidades miembro ni las del Comité Editorial. Se autoriza la reproducción total o parcial del contenido si se cita siempre la fuente, *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo* está bajo la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-Compartir Igual 4.0 Internacional.

Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo es una publicación gratuita y sin fines de lucro. Por ello no establece ningún cargo a los autores por evaluar, publicar o difundir sus producciones académicas.

Recepción de artículo

Al remitir su producción académica a la revista, por favor tenga en cuenta las siguientes anotaciones:

- Con el envío de artículos a la dirección de la revista el autor adquiere el compromiso de no someterlo en forma simultánea a la consideración de otras publicaciones.

- La recepción de los artículos y su sometimiento al proceso de evaluación no aseguran su publicación y tampoco implican un plazo específico para su inclusión en un número determinado.

Declaración de la obra original

Una vez el Comité Editorial decide enviar un artículo para su revisión, el(los) autor(es) correspondiente(s) tendrá(n) que firmar una declaración en la que, entre otras cosas, certifica(n) que el texto presentado es un trabajo original y permite(n) su publicación. El orden en el que aparecen los autores deberá ser una decisión conjunta de los mismos.

Normas de Estilo

Formato	Los formatos de los archivos deben ser en procesador de texto: <i>Word / Writer</i> .
Extensión	La extensión del mismo, depende del tipo de artículo: a. Artículos científicos: entre 5.000 y 7.000 palabras. b. Estudio de caso: entre 2.000 y 3.000 palabras c. Reseñas bibliográfica: entre 2.000 y 3.000 palabras. d. Ensayos: entre 2.000 y 3.000 palabras. La extensión incluye las referencias bibliográficas.
Título	Debe proporcionarse un título y si el mismo excede las seis palabras, incluir además un título abreviado que cumpla esta extensión.
Autores	Sus nombres deben estar dispuestos en el orden correcto de publicación. <ul style="list-style-type: none"> • Se deben proporcionar las direcciones de correo electrónico correctas para cada autor. • El nombre completo de cada autor debe estar presente en su cuenta en el formato exacto en que debe aparecer para su publicación, incluyendo o excluyendo cualquier segundo nombre o inicial según sea necesario • La afiliación de cada autor contribuyente debe ser correcta en su cuenta de autor individual. La afiliación mencionada debe estar donde se basaron en el momento en que se realizó la investigación para el artículo. Ej: Ivan Tomicic. Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue. San Martín de los Andes. Provincia de Neuquén. Argentina. Correo electrónico: ltomicic@fatu.uncoma.edu.ar Los datos de formación y experiencia de los autores, se presentan a partir de su registro en ORCID ID (https://orcid.org/), para lo cual el autor enviará la referencia correspondiente.
Resumen	Los autores deben proporcionar un resumen estructurado en su presentación: <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos (obligatorio) • Diseño / metodología / enfoque (obligatorio) • Resultados y Discusión (obligatorio) • Implicaciones prácticas y sociales (si corresponde) • Originalidad / valor (obligatorio) El máximo es de 300 palabras en total (incluidas las palabras clave y la clasificación de artículos). Los autores deben evitar el uso de los pronombres personales dentro del resumen estructurado y el cuerpo del documento. La redacción del texto debe ser en modo impersonal, redactada a tales efectos en tercera persona del singular del presente. El resumen deberá redactarse en español e inglés.

Palabras clave	<p>Los autores deben proporcionar palabras clave adecuadas y breves. Deben ser 3 a 5.</p> <p>Las palabras clave deben redactarse en español e inglés; y deben ser estratégicas en la enunciación de información adicional a lo que se menciona en el título, dado que las mismas serán las palabras que los motores de búsqueda incluirán para posicionar el artículo.</p>
Clasificación del artículo	<p>Los autores deben clasificar su artículo como parte del proceso de envío. Debe seleccionar la categoría que mejor describa su trabajo:</p> <p>Artículo científico. Esta categoría cubre artículos que informan sobre cualquier tipo de investigación realizada por el (los) autor (es). La investigación puede involucrar la construcción o prueba de un modelo o marco, investigación de acción, prueba de datos, investigación de mercado o encuestas, investigación empírica, científica o clínica.</p> <p>Estudio de caso. Los estudios de caso describen intervenciones o experiencias reales dentro de las organizaciones. Bien pueden ser subjetivos y generalmente no informarán sobre la investigación.</p> <p>Reseña bibliográfica. La revista recibe Reseñas de libros publicados en los últimos dos años y de reediciones de obras antiguas.</p> <p>Ensayo. Género breve que expone con profundidad una interpretación personal sobre un tema científico, histórico, filosófico, entre otros, sin el rigor sistemático del artículo científico. No muestran directamente resultados de investigación empírica y presentan un aporte específico al conocimiento del turismo.</p>
Títulos	<p>Los títulos deben ser concisos, con una clara indicación de la distinción entre la jerarquía de los títulos.</p> <p>El formato preferido es que los encabezados de primer nivel se presentan en negrita y los subtítulos subsiguientes se presenten con letra cursiva y estarán alineados a la izquierda.</p>
Notas al pie de página	<p>Se recomienda restringir el mínimo uso posible las notas o notas al final: deben usarse sólo si es absolutamente necesario y deben identificarse en el texto mediante números consecutivos y a pie de página. Además, deberá incluirse el título en idioma inglés</p>
Agradecimientos	<p>Deberán ir en página separada, a fines de la evaluación ciega.</p>
Figuras y gráficos	<p>Todos los cuadros, diagramas, dibujos de líneas, páginas web / capturas de pantalla e imágenes fotográficas deben nombrarse como Figuras, enumeradas consecutivamente, e incrustadas en el apartado del documento donde se haga mención a la misma. A los fines de su edición, su tamaño no podrá ser inferior a los 10 cm por lado; y su calidad deberá ser como mínimo de 300 dpi. Los gráficos pueden suministrarse en color para facilitar su aparición en la versión en línea; y en escala de grises o con tramas, para la versión impresa. Para los gráficos, es de utilidad que los porcentajes o valores se etiqueten los porcentajes y números de las categorías.</p>

<p>Referencias bibliográficas</p>	<p>Las referencias deben realizarse conforme lo estipulado por las normas APA sexta edición. Deben presentarse en orden alfabético: no separar las referencias, conforme el tipo (leyes, sitios web, artículos, etc).</p> <p>[+] Información</p> <p>https://normasapa.com/normas-apa-2019-cuestiones-mas-frecuentes/</p>
<p>Configuración texto</p>	<p>Fuente: Arial tamaño 12 Márgenes superior, inferior, derecho, izquierdo: 2.54 cm Alineación: Justificada. Sangría: 1ra. línea 0,63 cm. Interlineado: 1,5 líneas. Espaciado anterior y posterior: 0 cm.</p>
<p>Criterios de evaluación</p>	<p>Todos los artículos son sometidos al sistema de doble referato ciego: ni los evaluadores ni los autores conocen las respectivas identidades de unos y otros. Para facilitar la evaluación, enviar al editor el trabajo original por correo electrónico en formato Word, con los autores con el título en la primera página. En la segunda página repetir el título, y continuar con el resto del artículo: resumen, palabras clave, y demás apartados del mismo.</p> <p>A fin de garantizar el anonimato, reemplazar TODAS las marcas de autoría, autocita y referencia institucional en el trabajo con el siguiente párrafo: <i>extraído el dato a los fines de evaluación.</i></p>
<p>Procedimiento de evaluación de artículo</p>	<p>Recepción: análisis del cumplimiento de los requisitos formales de presentación. Aquí el documento podrá ser aceptado, o remitido nuevamente al/os autor/es para que cumplimenten los requisitos de presentación.</p> <p>Consultas</p> <p>Secretaría de Investigación. Facultad de Turismo Universidad Nacional del Comahue</p> <p>Buenos Aires 1400. (8300) Neuquén - Argentina Tel/Fax: 54-299-4490445 E-mail: revista@condet.edu.ar / secretaria.investigacion@fatu.uncoma.edu.ar</p> <p><u>Ediciones anteriores de la revista:</u> http://condet.edu.ar/ y http://revele.uncoma.edu.ar/htdoc/revele/index.php/condet</p>

ÍNDICE

LA TEORÍA DEL CICLO DE VIDA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS: EL CASO DE TANDIL. Valeria Alejandra Diez	1
PREFERENCIAS, HÁBITOS DE VIAJE Y GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES A CENTROS DE TURISMO COMUNITARIO EN 6 PROVINCIAS DEL ECUADOR. Edison Rubén Molina Velásquez, Enrique Armando Cabanilla Vásquez y Jhony Fernando Méndez Játiva	27
CONDOMINIOS: INDICADORES DEL CAMBIO DEL POST-TURISMO. EL CASO DE PUCÓN, CHILE. Jessica R. Wojtiuk y Adriana M. Otero	53
PARADIGMA MIXTO Y LOS ESTUDIOS DE TURISMO. ENSAYO. Zyanya Ma. Villa Zamorano y Tomás J. Cuevas Contreras	75
PERFIL DE LOS VISITANTES DE FESTIVALES. CASO DE ESTUDIO INTERNATIONAL TATTOO FEST GUAYAQUIL 2017. Evelyn Denisse Montalvo Cedeño y César Andrés Vélez Del Hierro	87
TURISMO EN TERRITORIOS DE VACA MUERTA. ¿PUEDE CONVIVIR CON LOS IMPACTOS DEL FRACKING? ENSAYO. M. Alejandra Gazzera y Marcelo Impemba	103
INFORMACIÓN ACCESIBLE PARA EMPRENDER EN TURISMO. Martin Herrero y Magdalena Perini	113

PRESENTACIÓN

El volumen 18 N°1 de la revista *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo* del **CONDET** es la edición correspondiente al primer semestre del año.

En un contexto completamente atípico impuesto por la pandemia del covid19, trabajamos en la edición de este número que demandó implementar una nueva y diferente metodología de trabajo re-adaptando el proceso de gestión editorial a un marco completamente virtual. Como novedad, se han incorporado cambios de estilo en línea con el espíritu de mejora continua que siempre nos motiva, y esperamos sean bienvenidos por todos.

En este número, presentamos siete artículos que abordan diversidades de la actividad turística en varios puntos geográficos latinoamericanos:

El primero de ellos, corresponde al trabajo de una investigadora de Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, la cual a partir de los aportes de diversos autores sobre Teoría de los Ciclos de Vida de los Destinos Turísticos, analiza la evolución histórica (desde 1920) y la situación actual del turismo en Tandil (Argentina).

El segundo, es un trabajo de tres investigadores de la Universidad Central de Ecuador, quienes a partir de encuestar a 2.382 turistas que asistieron a alguno de los 16 centros de turismo comunitario ubicados en 6 provincias de Ecuador, definen el perfil de los mismos, su nivel de satisfacción y el posicionamiento turístico de los CTC.

El tercer artículo, corresponde a los resultados de una investigación realizada por dos investigadoras de la Universidad Nacional del Comahue, quienes a partir del relevamiento de 18 condominios analizan cómo el turismo encubre el negocio inmobiliario, para lo cual analizan los efectos regresivos que genera en términos del desarrollo local en Pucón (Chile).

El cuarto se refiere a un ensayo de dos investigadores de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez de México, quienes analizan la evolución de los estudios en turismo, desde un enfoque integrador de lo cuantitativo y cualitativo hacia un enfoque mixto en las diferentes etapas de la investigación.

Investigadores de la Universidad Espíritu Santo de Ecuador, son los autores del quinto artículo, quienes estudian el impacto del International Tattoo Fest Guayaquil (Ecuador), a partir del análisis de 109 entrevistas realizadas, las cuales indagan sobre el perfil de los asistentes, su consumo turístico y el impacto de

los eventos en el desarrollo turístico de países emergentes.

El siguiente artículo, es un ensayo de dos investigadores de la Universidad Nacional del Comahue quienes debaten sobre la convivencia del turismo y una actividad extractiva, analizando el caso de Vaca Muerta (Neuquén, Argentina).

Por último, dos investigadores de la Universidad Nacional del Comahue analizan las características de la información generada para los grupos de interés (excluyendo turistas) por los organismos oficiales de turismo en relación a los mercados para el caso de Neuquén capital (Argentina).

Felicitaciones a los autores por sus aportes al conocimiento en el campo del turismo y la recreación, y agradecemos a los evaluadores que han colaborado en la revisión de los mismos.

Equipo Editorial

Dra. Daniela Rodríguez,

Dra. Yusara Mastrocola,

Dra. Marina Zanfardini,

Prof. Pablo Azar,

Lic. Natalia L. Marenzana MSc. y

Lic. Luis David Villaverde.

LA TEORÍA DEL CICLO DE VIDA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS: EL CASO DE TANDIL

Valeria Alejandra Díez*

CONICET
Centro de Estudios en Administración
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Nacional del Centro de la
Provincia de Buenos Aires

CONTACTO

*  [0000-0002-2371-6269](https://orcid.org/0000-0002-2371-6269)
 diez.valeria@econ.unicen.edu.ar

Cita recomendada (APA 6ta ed.)

Díez, V.A. (2020). La teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos: el caso de Tandil. *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 18(1), 1-26.

Recibido: 08/11/2019.

Aceptado: 27/03/2020.

RESUMEN

El artículo analiza la evolución histórica y la situación actual del turismo en Tandil, Argentina tomando como referencia a la Teoría de los Ciclos de Vida de los Destinos Turísticos. Los resultados muestran que la ciudad ha seguido a grandes rasgos el comportamiento sigmoideo descrito por Butler (1980), habiendo sido sus fases establecidas de la siguiente manera: exploración (1919-1943), involucramiento (1944-1981), desarrollo (1982-actualidad).

PALABRAS CLAVE

ciclo de vida de destinos turísticos - evolución de destinos turísticos - talc.

THE LIFE CYCLE THEORY OF TOURIST DESTINATIONS: THE CASE OF TANDIL

Valeria Alejandra Diez*

CONICET
Center for Management Studies
School of Economics
National University of the
Center of Buenos Aires Province

CONTACT

*  [0000-0002-2371-6269](https://orcid.org/0000-0002-2371-6269)
 diez.valeria@econ.unicen.edu.ar

Recommended citation style (APA 6ta ed.)

Diez, V.A. (2020). La teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos: el caso de Tandil. *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 18(1), 1-26.

Received: 08/11/2019

Acepted: 27/03/2020

ABSTRACT

The article analyzes the historical evolution and the current situation of tourism in Tandil, Argentina taking as a reference the Theory of Life Cycles of Tourist Destinations. The results show that the city has broadly followed the sigmoid behavior described by Butler (1980). Its phases were established as follows: exploration (1919-1943), involvement (1944-1981), development (1982-present).

KEYWORDS

tandil - tourist destinations life cycle - tourist destinations evolution - talc.

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas el comportamiento del mercado turístico ha experimentado fuertes cambios volviendo a los destinos especialmente sensibles a la obsolescencia, por lo que las investigaciones vinculadas al estudio del desarrollo evolutivo de los mismos se han vuelto fundamentales. El Modelo de Ciclos de Vida de los Destinos Turísticos (MCVDT) y sus variantes son actualmente la herramienta más utilizada para estudiar la dinámica de la actividad turística en un destino determinado (Valdés, Martínez y Nechar, 2017).

De esta manera, la realización del estudio se justifica en el hecho de que Tandil ha fortalecido su posicionamiento como destino turístico al interior de la provincia de Buenos Aires en las últimas décadas, y si bien es cierto que existen investigaciones que indagan en la temática, se carecía de un marco interpretativo sobre el cual estudiar el desarrollo turístico local desde una perspectiva socio-histórica de largo plazo y desde los modelos teóricos propios del campo disciplinar. Además de ello, el comprender la fase del ciclo de vida actual en la que se encuentra la ciudad como destino turístico permite mejorar el diseño de políticas y acciones al encontrar evidencias en la teoría y en la experiencia de otros destinos que hayan atravesado las mismas fases, aprendiendo de sus errores y aciertos para fomentar el desarrollo sostenible del destino, mejorando de esta manera, las condiciones de vida de su población residente.

OBJETIVOS

Esta investigación tiene como objetivos:

- Construir el CVDT de Tandil a través de las adaptaciones sugeridas al MCVDT original (Butler, 1980) por Johnston (2001) Virgen Aguilar (2009), Cáceres (2001), Álvarez Alonso (2004), Rodríguez González (2015) y López Guevara (2011).
- Profundizar en la comprensión de los fenómenos que han incidido en el desarrollo turístico local.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

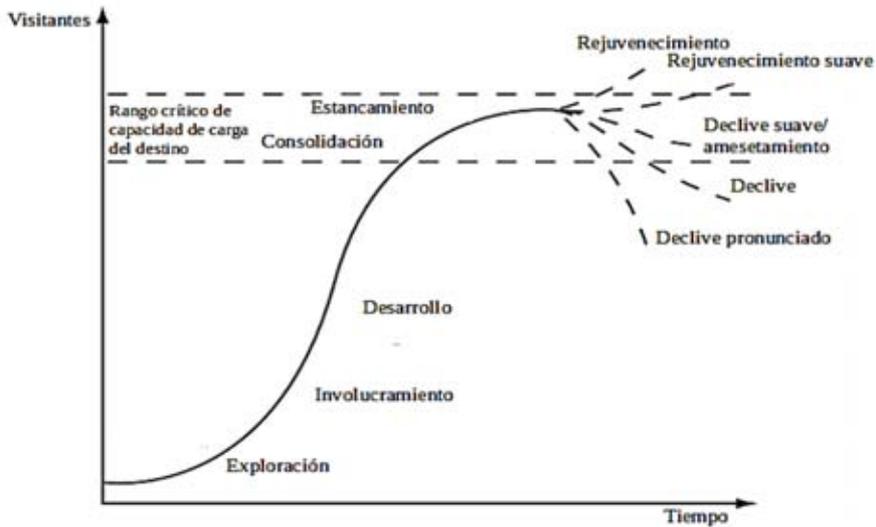
Los modelos del ciclo de vida

Según Butler (1980), los destinos turísticos tienen un ciclo de vida que se mide por la variación en el flujo de llegadas de turistas. La evolución temporal

de este flujo se muestra en la Figura 1, donde se pueden definir seis etapas.

En la primera fase del ciclo de vida, denominada de exploración, la oferta turística, la información disponible acerca del destino y los accesos para llegar al mismo son limitados. Los visitantes, por su parte, son escasos, generalmente provienen de pueblos cercanos y pertenecen a la categoría de "alocéntricos" de acuerdo a la teoría de Plog (1987).

Figura 1. El MCVDT según Butler (1980).



Fuente: traducción al español Butler (2011), p.16.

Poco a poco, un incipiente desarrollo de la actividad turística comienza a manifestarse, lo que conlleva a la fase de involucramiento, en la cual los residentes comienzan a ver el turismo como una posibilidad de desarrollo y se atreven a apostar tímidamente a él. En esta etapa, la participación de los residentes en la oferta turística aún es escasa, por lo que la misma continúa siendo informal; sin embargo, existe una extensión de la distancia que recorren los visitantes para llegar al destino.

Posteriormente, en la fase de desarrollo, tanto el gobierno local como algunos agentes externos comienzan a invertir en el territorio, aumentando así la oferta de servicios y con ello la afluencia turística hasta que el destino logra posicionarse firmemente en la mente de los consumidores, llegando así a la fase de consolidación. Durante la fase de desarrollo, el número de visitantes aumenta rápidamente, y los turistas "alocéntricos" son reemplazados por los "mediocéntricos" (Plog, 1987). Como consecuencia, hay mejoras cualitativas y

cuantitativas de la oferta turística, así como un rápido aumento de las inversiones en el destino, especialmente las relacionadas con la oferta de alojamiento y las atracciones para visitar.

En la fase de consolidación, los turistas son en su mayoría “psicocéntricos” (Plog, 1987); el turismo se convierte en una parte importante de la economía local y ocupa un espacio importante en la administración política. Es habitual que en esta fase se produzca una disminución en la tasa de crecimiento de los visitantes, por lo que es frecuente la intervención de actores públicos y privados asociados al sector mediante acciones de promoción y gestión capaces de reducir la estacionalidad del fenómeno turístico y/o aumentar el número de visitantes.

Debido a la dinámica fuertemente cambiante del mercado turístico, la tasa de crecimiento de los turistas que visitan un determinado destino tarde o temprano comienza a acercarse a cero, llegando así a la llamada fase de estancamiento. Durante ésta, el número de visitantes alcanza su nivel máximo y son muy pocos los que visitan el destino por primera vez, la tasa de ocupación hotelera disminuye y se alcanzan o superan los límites de capacidad de carga del destino (Butler, 1980). En otras palabras, el destino ya no está “de moda” y puede haber una gran cantidad de ventas de bienes raíces.

En la fase de estancamiento, pueden ocurrir tres escenarios asociados a tres fases posibles: fase de declive, de rejuvenecimiento o de meseta. En la primera de ellas, la tasa de afluencia turística se vuelve negativa, en la segunda se produce un reposicionamiento del destino que se traduce en un crecimiento de las visitas o bien, se alcanza un escenario de estabilidad, donde la tasa turística permanece constante alcanzando la fase de meseta. Hasta ahora, las evidencias apuntan a que los destinos que han sido capaces de sostenerse en la fase de meseta suelen poseer recursos patrimoniales únicos, tales como el caso del Parque Nacional Iguazú o el Parque Nacional Perito Moreno para el caso de la Argentina.

Si el destino ingresa en fase de declive, el número de turistas que lo visitan cae junto con la oferta turística y los procesos de fuga de capitales iniciados en la fase de estancamiento, se aceleran. Asimismo, la infraestructura turística que permanece en el destino generalmente se erosiona debido a la superación de la capacidad de carga debiendo ser reparada o reemplazada. Por el contrario, si el destino es capaz de reposicionar su producto en el mercado turístico, puede producirse un rejuvenecimiento de su ciclo de vida (Butler, 1980).

Utilidad y discusión sobre el MCVDT

Si bien los trabajos referenciados aquí suponen una pequeña muestra de la inmensa literatura que existe acerca del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos, éstos fueron seleccionados por tratarse de autores claves que, al analizarse de forma conjunta, permiten comprender la evolución del concepto atendiendo los debates y proposiciones teóricas que ha generado.

A pesar de las controversias, en cuarenta años, desde que fuera propuesto al día de hoy, los lineamientos medulares del MCVDT no han podido ser refutados. Por lo tanto, lejos de perder su validez, se impone cada vez más como la forma más referenciada de estudiar la evolución de los destinos turísticos (Valdés et. al, 2017).

La importancia práctica de los estudios de ciclo de vida de destinos turísticos surge de la necesidad de conocer la fase que está atravesando un destino para poder intervenirlos de forma eficaz (Rodríguez Jiménez, 2016; Berry, 2006). Así, en las primeras etapas del ciclo de vida, las políticas públicas deben apuntar a publicitar el destino y su puesta en valor. Posteriormente, en las fases de madurez, las estrategias deberían tender a proteger, sanear o aumentar la oferta de atractivos, reordenar los usos del suelo, así como su accesibilidad o reposicionar el destino en el mercado turístico (López Guevara, 2011).

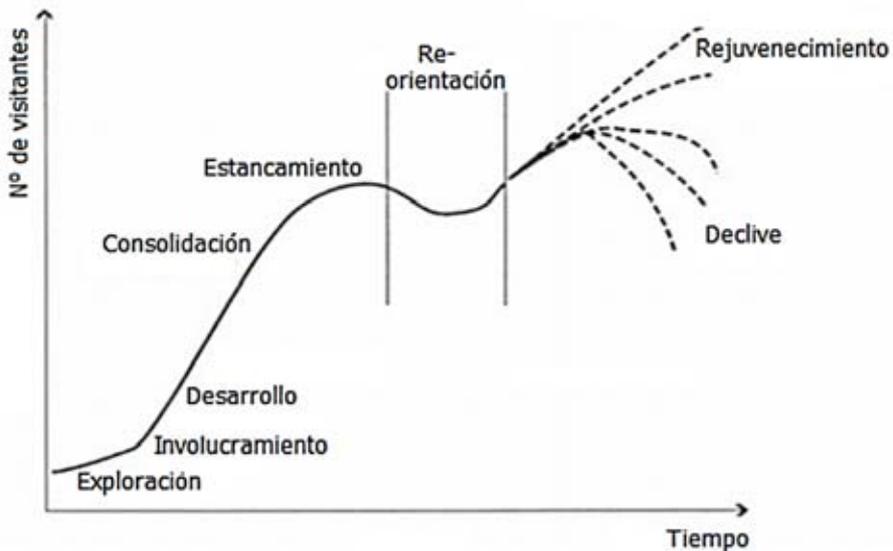
La intervención oportuna de los agentes públicos también es esencial para evitar que el desarrollo turístico exceda la capacidad de carga del destino ya que, de lo contrario, se pueden producir impactos ambientales y socioeconómicos lo suficientemente importantes como para llevar al destino hacia su fase de declive (Butler, 1980).

Con respecto a la discusión del modelo, Hovinen (1981) fue uno de los primeros autores en colaborar en el debate. Luego de analizar el caso del Condado de Lancaster en Estados Unidos, el autor llegó a la conclusión de que coexistían elementos de las fases de consolidación, declive y rejuvenecimiento. Siendo que era posible que esta misma situación se replicara en otros destinos, afirmó que el término "madurez" es más apropiado para referirse a las etapas sucesivas de "desarrollo" y que el estado de madurez puede volverse permanente si las estrategias dirigidas a fidelizar la demanda se aplican con éxito, en una suerte de "extensión del ciclo de vida". Este hecho fue verificado luego con otros estudios empíricos y se descubrió que no todos los destinos siguen el camino evolutivo descrito por Butler (1980) ya que algunos experimentan el declive sin haber alcanzado la saturación y otros experimentan estrangulamiento en lugar de estancamiento cuando carecen de los recursos necesarios para atender a los turistas (López Guevara, 2011). Por su parte, Rodríguez González (2015) señala que la fase de estancamiento genera no

sólo reestructuración sino también desbordamiento, ya que las áreas cercanas al destino comienzan a atraer el crecimiento que ya no es posible contener en el territorio original.

Haywood (1986) y Cooper y Jackson (1989) señalaron que el MCVDT carece de potencial predictivo, ya que las fases son difíciles de establecer con nitidez y son sólo evidenciables post-facto. Agarwal (2006) modifica el MCVDT al explicar que la disminución de la afluencia turística no se debe únicamente como fuera planteado por Butler (1980) a la superación de la capacidad de carga del destino, sino más bien a procesos internos del destino de movilización de capitales que pueden llevarlos hacia la obsolescencia o al rejuvenecimiento. Consecuentemente, la autora introduce una fase de "reordenamiento" (también llamada reorientación) justo después de la fase de estancamiento. Su modelo se presenta en la Figura 2 a continuación.

Figura 2. El MCVDT modificado por Agarwal (2006).



Fuente: Agarwal, S. (2006) p.215.

Asimismo, ha sido señalada la dificultad en algunos destinos de utilizar la afluencia turística como variable en la construcción del MCVDT, ya que es frecuente que los registros de estos datos estén infravalorados, incompletos o no existan en absoluto. En su reemplazo se han propuesto diferentes variables que permiten la construcción del modelo, siendo la evolución de las unidades o plazas de alojamiento y la tasa de ocupación las más aplicadas en estudios empíricos: esta posición es defendida por varios autores como Virgen Aguilar (2009), Johnston (2001), Cáceres (2001), González (2015) y López Guevara (2011)

entre otros. Como consecuencia, estas variables se convierten en una variable equivalente a la afluencia turística total, teniendo la ventaja de ser más sencilla de medir que su predecesora.

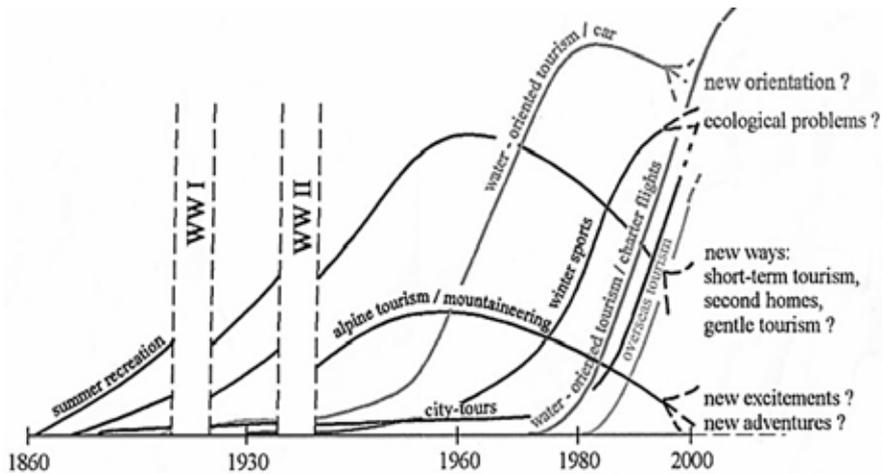
Por otra parte, es frecuente que en estudios donde se analiza el ciclo de vida de un destino, se acompañe a la variable principal, ya sea esta la afluencia turística, las plazas de alojamiento o la ocupación hotelera, con otras variables secundarias -en general de tipo cualitativas- con el objetivo de profundizar en la comprensión de la dinámica turística estudiada. Así, algunas de éstas se relacionan con el segmento de turistas que visitan el destino, la disposición de la población local hacia la actividad, el nivel de desarrollo del sector privado, la existencia o no de asociaciones o entidades que de forma cooperativa impulsen el desarrollo del destino, entre otros. Ejemplo de ello son los trabajos de Álvarez Alonso (2004), Rodríguez (2016), Diedrich y García Buades (2009), Soares, Gândara e Ivars-Baidal (2012), López Guevara (2011), Cardona y Serra Cantallops (2014), Aguilar, Arce y Gândara (2016), Aguilar (2009), Garay Tamajón (2007), Agarwal (2006), Knowles y Curtis (1999), Priestley y Mundet (1998), Hovinen (2002), Cooper y Jackson (1989). De hecho, el propio Butler (2009) reconoce que el modelo posee mayor potencial interpretativo si se lo complementa con otras herramientas durante la realización de estudios de caso.

Autores como Getz (1992), Cooper (1994), Agarwal (1997), Priestley y Mundet (1998) y Johnston (2001) han coincidido en el hecho de que el ciclo de vida de los destinos turísticos varía según la escala de análisis utilizada y el segmento de mercado considerado. Como consecuencia, definir estos parámetros resulta crucial, ya que *"(...) cada área de destino es un mosaico de resorts, que comprenden diferentes elementos (hoteles, instalaciones, etc.), cada uno de los cuales exhibe un ciclo de vida separado. Dependiendo de la escala tomada, cada uno puede estar en una etapa diferente del ciclo"* (Priestly y Mundet, 1989, p. 87, cita traducida)⁽¹⁾.

De manera similar, Moore y Whitehall (2005) indican que un mismo destino puede recibir diferentes segmentos de turistas y que cada uno de estos segmentos puede tener un ciclo de vida diferente del otro, de modo que el ciclo de vida de un destino turístico resulta de la superposición de los ciclos de vida de los diferentes segmentos de los visitantes de destino. Por lo tanto, las iniciativas de rejuvenecimiento resultan finalmente en esfuerzos para revitalizar los ciclos de vida de los segmentos turísticos que ya visitaron el destino o para capturar nuevos segmentos que no han sido explotados hasta entonces (Rodríguez González, 2015). Véase las Figuras 3 y 4 presentadas a continuación.

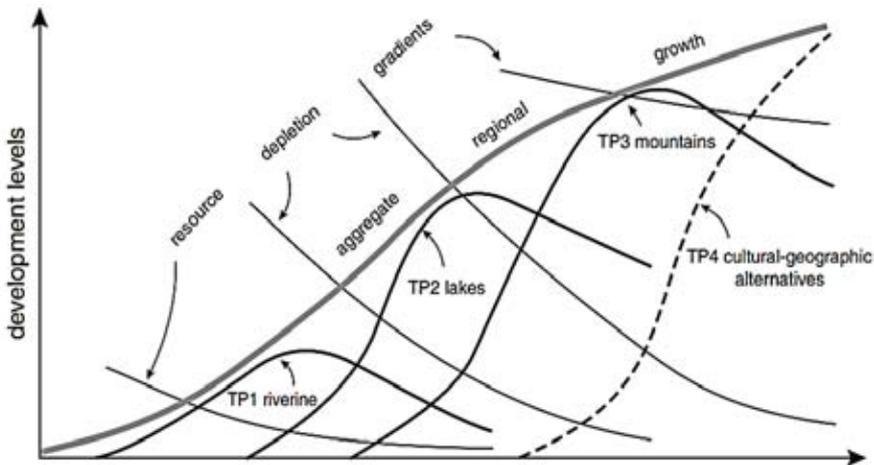
(1) Cita original: *"(...) each destination area is a mosaic of resorts, which comprise different elements (hotels, facilities, etc.), each of which exhibits a separate life cycle. Depending on the scale taken, each may be at a different stage in the cycle"* (Priestly y Mundet, 1989, p. 87).

Figura 3. Ciclos de Vida de los productos turísticos europeos según Zimmermann (1997)



Fuente: Butler (2011), p.16.

Figura 4. Ciclos de vida de un destino turístico según Lundgren (2006) en Butler (2006).



Fuente: Lundgren (2006) p.93.

Siguiendo estos razonamientos, se deduce que el rejuvenecimiento de los destinos es un proceso cíclico y continuo que se relaciona con la captación de nuevos segmentos de demanda. Según Donaire (2001) aquellos destinos que implementan con éxito medidas diferenciadoras, son copiados por otros,

iniciando un proceso de mimetismo que los acaba homogeneizando.

Respecto al advenimiento de la fase de declive, Butler (1980) afirmó que la disminución de visitantes se debe a la superación de la capacidad de carga del destino y al malestar social que esto genera, tanto en la población local como la visitante. No obstante ello, se ha sugerido que existen otras variables ligadas al macro y micro entorno del destino, que podrían favorecer o acortar su ciclo de vida. Ejemplos de ellas son la erosión del medio ambiente local, la llegada de desastres naturales o guerras, el desarrollo de destinos sustitutos, la mejora en el acceso al destino, la pérdida de calidad en el suministro turístico o el daño resultante de la masificación, el aumento de la construcción de segundas residencias, la dependencia de un mercado emisor, el apoyo u oposición de la población local a la actividad turística, entre otros (Knowles y Curtis 1999; Johnston, 2001; Soares, Gândara e Ivars-Baidal, 2012). Al respecto, Diedrich y García-Buardes (2009) concluyen, luego de analizar el caso de Belice, que la percepción negativa de la población residente hacia los impactos del turismo puede utilizarse como un indicador de la presencia de la fase de declive.

Con respecto al debate en torno a las transiciones entre las fases del ciclo de vida de un destino, Johnston (2001), basándose en Priestley y Mundet (1998) y Russell y Faulkner (1998), explica que éstas se producen por dos tipos de eventos. Los primeros reciben el nombre de "críticos", cuando por sí mismos son capaces de producir un cambio de fase, mientras que los segundos se denominan "transiciones difusas" -por adaptación del vocablo original en inglés "*blurry transitions*"- ya que requieren acumularse para realizar un cambio de fase. Ejemplos de eventos críticos son la inauguración de un aeropuerto, la implementación de un plan estratégico de gestión turística, o el primer complejo de inversión extranjera que se instala en un destino de sol y playa donde antes sólo había oferta local. Suponen grandes cambios cualitativos en la dinámica territorial del destino. Las transiciones difusas por su parte, constituyen todo el resto de eventos asociados al desarrollo del sector turístico en un territorio y su impacto está más asociado a la dimensión cuantitativa que cualitativa.

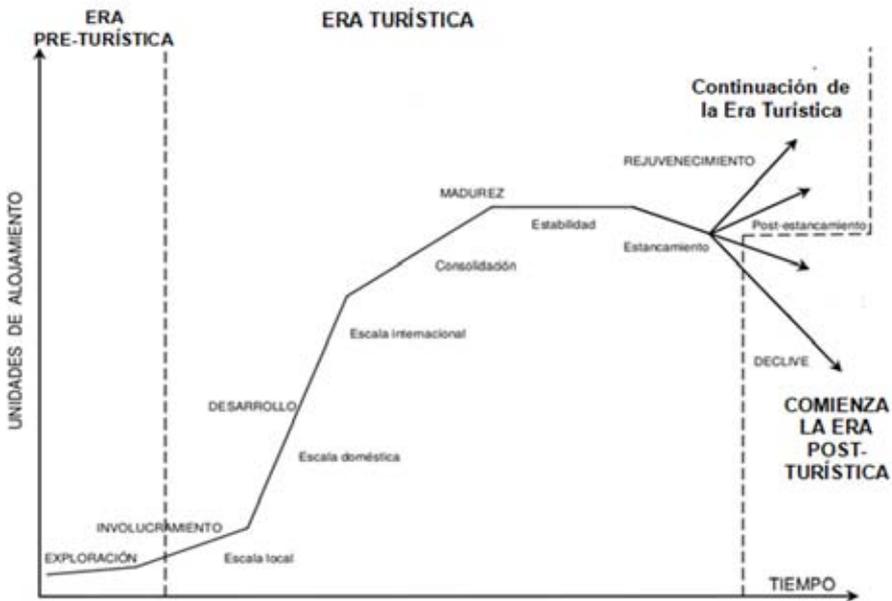
Así, siguiendo a Johnston (2001) ambos tipos de eventos pueden manifestarse en forma de "adiciones", "transformaciones" o "cesaciones". En las primeras etapas de desarrollo de un destino, se producirán mayoritariamente adiciones, mientras que, en las etapas de madurez, las transformaciones o ceses constituirán el tipo de evento más frecuente. Los ejemplos mencionados anteriormente, la apertura de un aeropuerto o el primer centro turístico extranjero en un destino, son ejemplos de adiciones. Las alteraciones ocurren, por ejemplo, cuando una empresa es reemplazada por otra, y las cesaciones cuando se produce el cierre definitivo.

Además, el autor plantea modificaciones al MCVDT que se expresan en

la figura 5. De acuerdo a su visión, el ciclo de vida de un destino turístico supone tres grandes fases que denomina eras: la era pre-turística, la turística y la post-turística: la primera está constituida por las fases de exploración e involucramiento, mientras que la segunda se manifiesta en las etapas de desarrollo y madurez, un término que ahora incluye las fases de consolidación, estabilidad, estancamiento y post-estancamiento. De haber una fase de rejuvenecimiento, tendría lugar en la era turística. Por otro lado, la disminución de la oferta de alojamiento en el destino, ya sea debido al aumento del turismo residencial u otra multiplicidad de factores, da inicio a la era post-turística.

Como se observa en la Figura 5, la variable tiempo se mantiene en el eje horizontal, mientras que el eje vertical representa el número de unidades de alojamiento disponibles. Las transiciones suaves del MCVDT (1980) han sido reemplazadas por segmentos de línea recta que pretenden ilustrar la aceleración o desaceleración relativa del crecimiento con respecto a las etapas anteriores (Johnston, 2001). Asimismo, es llamativo que el autor considera necesaria la previa adquisición de la escala internacional para que el destino pueda alcanzar la fase de madurez.

Figura 5. El ciclo de vida de un destino turístico según Johnston (2001).



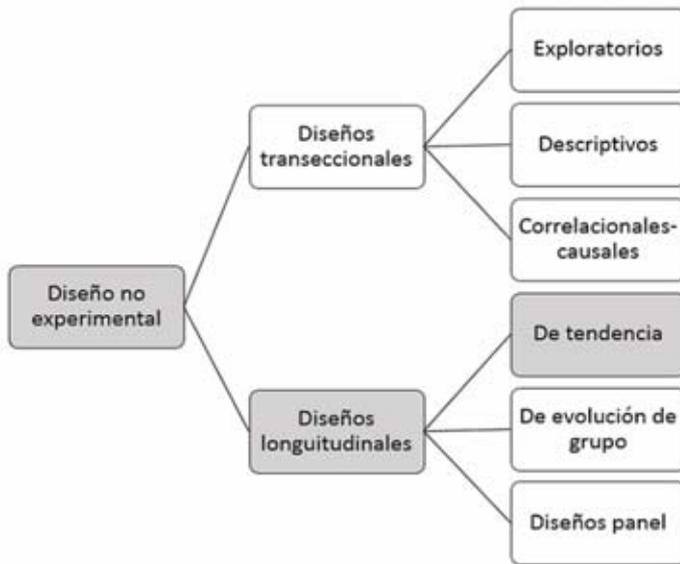
Fuente: Johnston (2001), p.21.

METODOLOGÍA

La investigación presentada aquí corresponde a un estudio de caso en profundidad (Yin, 2003), método de recolección de datos mixto, alcance exploratorio-descriptivo, diseño no experimental, longitudinal y de tendencia (Hernández Sampieri, Fernández y Baptista, 2014).

Se seleccionó la metodología de estudio de caso debido a que se trata de una metodología rigurosa que permite estudiar los fenómenos desde múltiples perspectivas, obteniendo conocimientos más amplios y profundos que en otro tipo de estudios (Chetty, 1996).

Figura 6. Diseño metodológico de la investigación según Hernández Sampieri et al. (2014).



Fuente: elaboración propia en base a Sampieri et al. (2014) p.127.

El ciclo de vida de Tandil como destino turístico se construyó teniendo en cuenta las diferentes observaciones que recibió el modelo Butler, fundamentalmente aquellas respecto al reemplazo del número de turistas como variable de referencia por el número de lugares de alojamiento de acuerdo a lo propuesto por Johnston (2001), Virgen Aguilar (2009), Cáceres (2001), Álvarez Alonso (2004), Rodríguez González (2015) y López Guevara (2011).

Coincidiendo con Butler (2009) y con Soares, Gândara e Ivars-Baidal (2012) en que una de las limitaciones más importantes del modelo Butler (1980) es que no considera otros factores que afectan la evolución de los

territorios turísticos además de la capacidad de carga del destino, la presente investigación acompaña el CVDT de Tandil surgido de la evolución de las plazas de alojamiento con los siguientes datos cualitativos:

1. Una cronología de hitos locales que ilustra escenas importantes de la evolución turística local. La misma fue construida a partir de relevamiento hemerográfico de periódicos oficiales de carácter local, con el objetivo de lograr una delimitación más nítida de las etapas del MCVDT (Cooper y Jackson, 1989 y Johnston, 2001).

2. Entrevistas a representantes del sector público, privado y académico que conocen en profundidad el desarrollo del turismo en la ciudad, siendo uno de ellos historiador especialista en historia local (entrevistado 1).

De esta manera se pone de manifiesto lo expresado por Hernández Sampieri et al. (2014): “Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (p. 534). La presente investigación basó su selección de fuentes de información en el principio de utilidad relativa, propio de los métodos mixtos de recolección de datos (Hernández Sampieri et al. 2014).

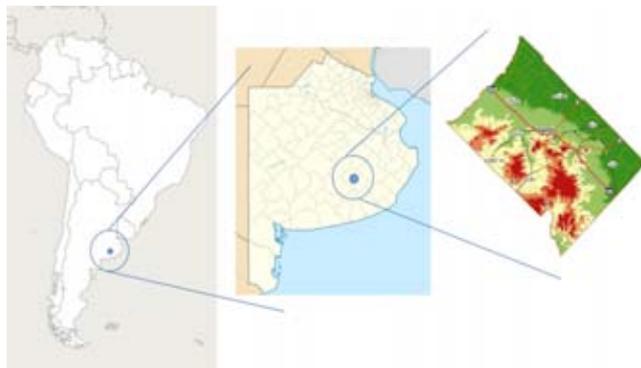
Asimismo, los datos fueron luego triangulados siguiendo las sugerencias de Yin (2003), Eisenhard (1989) y Hernández Sampieri (et. al, 2014). La triangulación se trata de un concepto desarrollado por Denzin (1970) que refiere a la combinación de dos o más métodos, técnicas o herramientas de análisis de la realidad con el objetivo de aumentar la validez de los estudios cualitativos. Se considera que de esta manera, se superan las debilidades de cada estrategia en particular (Okuda Benavides y Gómez Restrepo, 2005). Según Olabuénaga (2012), la misma cumple dos funciones principales en simultáneo: por un lado, enriquece la calidad y diversidad de la información obtenida al utilizar múltiples fuentes de datos o perspectivas, y por el otro, aumenta la confiabilidad de los mismos y de los hallazgos, al verificar la congruencia de la información obtenida.

DESCRIPCIÓN DEL CASO DE ESTUDIO

La ciudad de Tandil está ubicada en el sudeste de la Provincia de Buenos Aires (Figura 7), a 300 km. de la ciudad de Buenos Aires y 350 km. de la ciudad de La Plata, ciudades capitales de la nación y provincia respectivamente. Se caracteriza por estar asentada sobre un área serrana que, junto con el sistema de Ventania, constituyen los únicos afloramientos elevados de la provincia,

dotando a la ciudad de gran riqueza paisajística en una zona de predominancia de llanura.

Figura 7. Localización de Tandil en Sudamérica y descripción de su relieve.



Fuente: Elaboración propia. La tercer imagen fue extraída de Linares (2008).

Según el último Censo Nacional realizado en el año 2010, 123.871 personas viven en el partido, de las cuales 116.916 están asentadas en su ciudad homónima. La economía de Tandil se basa principalmente en la producción agrícola, ganadera, turística, láctea, metalúrgica y de embutidos (Montero, 2007; Di Paola, 2009) y más recientemente, su polo tecnológico que contiene más de 50 empresas de desarrollo de software (Finquelievich, Feldman y Girolimo, 2017). Los sectores secundario y terciario emplean al 70% de la población local económicamente activa y la economía es mayoritariamente local, apenas el 2% de la facturación se destina a ventas al exterior (Montero, 2007). Por otro lado, la actividad turística es uno de esos sectores que ha tenido un mayor dinamismo y crecimiento en los últimos 20 años, especialmente en relación con el área urbana pero también en el entorno rural cercano (Montero, 2007).

Aprovechando la crisis que atravesó la Argentina luego de la convertibilidad que retrajo los viajes al exterior y cierta vocación turística que Tandil ya poseía, la ciudad se volcó a atender un nuevo mercado de consumidores proveniente en su mayor parte de Capital Federal y el Gran Buenos Aires, compuesto en su mayoría por personas que buscaban dispersión, espacios naturales y relax lejos de la ajetreada vida urbana (Blas y Jacinto, 2016). Durante la primer década del nuevo milenio, fue notorio el crecimiento del turismo aventura y deportivo mientras que en la segunda, hubo un viraje hacia un turismo familiar, más asociado al relax, spa y disfrute de la gastronomía local (Capristo, 2016). Esto propició la aparición de un fenómeno inmobiliario sin precedentes en la ciudad que ha caracterizado la economía de la misma en la última década (Montero, 2007). En palabras de Fernández Ramos y Van Morlegan (2008) *“estas características naturales singulares [su paisaje] dentro de la región y la mejora en general del*

contexto económico en el país, permiten que la actividad inmobiliaria, ya sea mediante la promoción, urbanización y construcción, convierta al suelo en un bien altamente rentable y que se empiece a ejercer por ejemplo sobre la zona serrana de Tandil, un incremento notable en la construcción de complejos de cabañas, transformando de manera considerable el elemento de mayor valor y sustento de las actividades turísticas en la zona.” (p.15).

Según las Encuestas de Ocupación Hotelera (EOH) del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), Tandil tuvo en el año 2017, 1.496.450 plazas disponibles, de las cuales 617.849 (41%) corresponden al sector hotelero y 878.601 (59%) al extra-hotelero (INDEC, 2017). Vale aclarar que dichos cálculos se realizan multiplicando las plazas totales por los días en que los establecimientos estuvieron abiertos, por lo que no representan de forma directa el número de plazas reales que posee la ciudad, sino más bien, la capacidad máxima de recepción de turistas que posee la ciudad a lo largo de un año. Al llevar dichos valores anuales a diarios, con el objetivo de obtener una representación del número de plazas reales que posee la ciudad, se obtiene un promedio de 4.157 plazas totales, correspondientes 1.716 a hoteleras y 2.441 a extra-hoteleras. Si bien este número no coincide 100% con los valores expresados en los registros municipales, es lógico que los registros de INDEC arrojen resultados levemente inferiores debido a que los primeros consideran las plazas totales, no haciendo distinción en sus cálculos si un establecimiento en particular cierra sus puertas durante un período de tiempo por la razón que fuese, mientras que INDEC, sí. En otras palabras, INDEC mide disponibilidad de plazas mientras que los registros municipales miden capacidad total máxima de recepción de turistas.

“Tandil no es una isla ni en lo económico ni en lo social, por lo que los vaivenes de la política social y económica en el país han tenido que ver con crecimiento o decrecimiento de determinadas actividades turísticas, pero Tandil ahora está consolidado como una plaza turística de las más importantes a nivel provincial, junto con Mar del Plata. Y es casi uno de los destinos turísticos de más corto alcance para las concentraciones urbanas, lo cual constituye para la ciudad una ventaja enorme” (entrevistado 1).

Asimismo, las estadísticas provenientes de las EOH correspondientes al período 2006-2017 muestra que en el período 2007-2017 aumentaron el número de visitantes en un 23% y el valor total de plazas ocupadas en un 27% en el período 2006-2017 (INDEC, 2006-2017). Analizando la Tabla 1, se observa también que no hay prácticamente variación en la estadía promedio total excepto en el año 2006 que es levemente superior al resto de los años analizados y que la estadía promedio es en todos los casos superior en los establecimientos extra-hoteleros que los hoteleros. Esto es esperable ya que

en general los establecimientos extra-hoteleros suelen ser elegidos por motivos de descanso y ocio traduciéndose en estadías más largas que las de aquellos que viajan por motivos de trabajo.

Tabla 1. Plazas ocupadas, número de viajeros y estadías promedio para Tandil en el período 2006-2017.

AÑO	PLAZAS OCUPADAS	VIAJEROS	EPT ⁽¹⁾	EPH ⁽²⁾	EPEH ⁽³⁾
2006	345.286	sin datos	2,77	1,71	3,04
2007	319.867	156.268	2,03	1,69	2,5
2008	335.648	148.230	2,23	1,81	2,72
2009	329.924	149.302	2,2	1,94	2,44
2010	400.299	181.614	2,18	1,83	2,58
2011	356.052	163.431	2,15	1,79	2,57
2012	352.312	167.183	2,07	1,7	2,48
2013	355.951	156.628	2,24	1,92	2,53
2014	417.795	168.878	2,45	2,07	2,76
2015	432.985	194.327	2,1	1,84	2,34
2016	419.787	175.989	2,24	1,94	2,54
2017	442.174	193.510	2,27	1,85	2,72

⁽¹⁾ EP: Estadía promedio total (días).

⁽²⁾ EPH: Estadía promedio establecimientos hoteleros (días).

⁽³⁾ EPEH: Estadía promedio establecimientos extra-hoteleros (días).

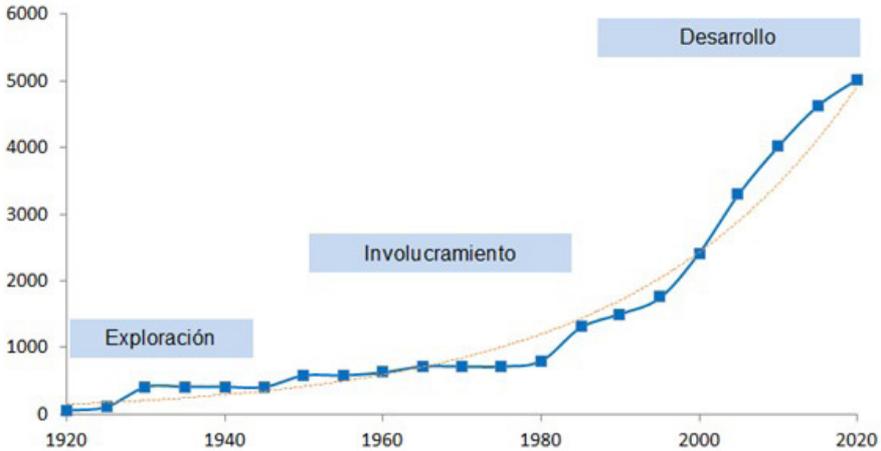
Fuente: elaboración propia en base a EOH del INDEC.

RESULTADOS

El ciclo de vida de Tandil

De acuerdo a los registros municipales de la ciudad de Tandil, la evolución de sus plazas de alojamiento durante el período 1919-2019 muestra el siguiente comportamiento:

Figura 8. El ciclo de vida de Tandil (1919-2019) basado en la evolución de plazas de alojamiento.



Fuente: elaboración propia en base a registros municipales.

A primera vista, se observa un patrón similar a la característica curva sigmoidea descrita por Butler (1980) con un despegue lento y un crecimiento veloz seguido de lo que pareciera ser una meseta. Por su parte, el análisis triangular de los datos cuantitativos y cualitativos reveló que las fases pueden estimarse de la siguiente manera: exploración (1919-1943), involucramiento (1944-1981) y desarrollo (1982 a la actualidad).

Durante la primera de las fases del CVDT, la de exploración, Tandil se caracterizaba por ser un destino prácticamente exclusivo de clases altas que venían a visitar la ciudad en estadías largas, muchas veces a alojarse en sus propias estancias, con el objetivo de descansar y disfrutar de los manantiales que Tandil poseía como el Manantial de los Amores o el Domínguez (Nario, 1996; Di Paola, 1998). Como tal, las plazas de alojamiento eran despreciables, puesto que el turismo se constituía más como un fenómeno de segundas residencias.

La inauguración del Calvario en 1943 puede considerarse un evento crítico de acuerdo a Johnston (2001) que dio inicio a la fase de involucramiento, ya que si bien no se constituyó originalmente como un atractivo turístico, es indudable que cambió el comportamiento de la dinámica turística en la ciudad, atrayendo ahora a familias de clases medias en Semana Santa. Durante esas fechas a lo largo de todo este período era -y sigue actualmente siendo- frecuente el desbordamiento de la capacidad hotelera de la ciudad, que con tasas de

ocupación del 100% no consigue alojar a todos los visitantes, produciendo efecto derrame hacia alojamientos informales o ciudades vecinas.

Durante esta fase se produjeron importantes inversiones del sector privado en términos de oferta hotelera advertida a través de la incorporación de actores importantes al sector como ser los hoteles Turista, Francia, Roma y Plaza. Los indicadores sugieren que esta etapa podría haberse extendido entre mediados de los años 40 y de los 80.

A partir de 1980 el sector muestra un desarrollo notorio de la oferta de alojamiento principalmente bajo la forma de hotelería convencional que evidencia la llegada de la tercera fase del CVDT: la de desarrollo. Así, durante esta etapa se creó la Asociación de Restaurantes, Bares y Afines en 1981 y tres años después se incorporaron dos actores de peso en el sector turístico local: el Hotel Libertador y el Austral; también aumentó notoriamente el número de turistas y se incorporaron nuevos segmentos tales como el turismo aventura y el estudiantil. Por su parte, la década de los 90 trajo consigo un notable desarrollo de la oferta de alojamiento, fundamentalmente extra-hotelera, asociada principalmente a la figura de cabañas, que para 2003 logró superar a la oferta de plazas hoteleras.

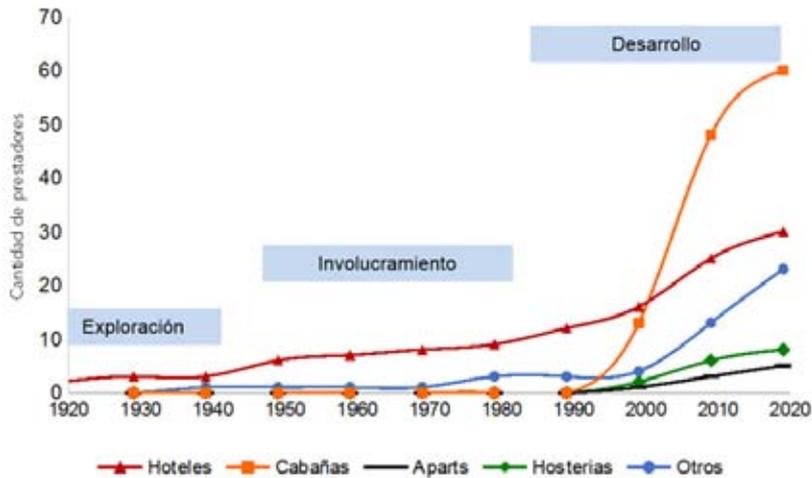
Al respecto uno de los entrevistados comentó que *“las cabañas eran un alojamiento muy novedoso en ese momento para el país. Había muy pocas distribuidas por algunos lugares del país. No era un concepto de alojamiento que estuviera desarrollado. Había que desarrollarlo desde muchos lugares, no había modelos para copiar. Como venían parejas o familias con hijos, y no es lo mismo hijos chicos que adolescentes, se diseñaron distintos modelos de cabañas para tratar de no desperdiciar metros y al mismo tiempo que se sintieran cómodos”* (entrevistado 3).

La figura 9 presentada a continuación enseña la variación en el número de prestadores de alojamiento por subsector entre 1919 y 2019. A partir de su visualización queda claro que el sector ha experimentado cierta desaceleración en la última década en los sectores mayoritarios (hoteles y cabañas), así como también, hosterías. Las excepciones a este comportamiento se dan en el subsector de apart hoteles y el subgrupo “otros” que se compone de formas diferentes de prestación de alojamiento como Bed & Breakfast, departamentos en alquiler temporario, posadas y estancias.

Así, se hace notar que del 100% de los prestadores actuales:

- Apenas un 11% ya se encontraban en el mercado hacia el año 1989
- Entre 1989 y 1999 se sumó un 17%,
- Entre 1999 y 2009 se sumó un 45%. Este valor acumulado con las

Figura 9. Número de prestadores de alojamiento por subsector en Tandil 1919-2019.



Fuente: elaboración propia en base a registros municipales.

dos décadas anteriores constituyen un 75% del total de los prestadores actuales.

- El restante 25% se sumó al sector en la última década (2009 a 2019).

Esta desaceleración en el ritmo de crecimiento podría significar el advenimiento no muy lejano de la fase de consolidación. Como indicadores capaces de dar soporte a esta última consideración, es posible mencionar el hecho de que el gobierno local ha emprendido desde 2007 acciones tendientes a reducir la estacionalidad de la turística, aumentar la oferta de servicios para el residente y diferenciar la oferta turística local. Algunas de ellas son las inauguraciones de atractivos como el Paseo de los Pioneros, el Monumento a Don Quijote y Sancho Panza, Parque Norte, Skatepark Tandil, el Parque del Origen, el Cristo de las Sierras y nuevos eventos como las primeras ediciones de "Cine bajo las estrellas", "Expo Vinos Tandil", "Sentí Patrimonio", entre otras. Estas acciones podrían indicar cierto agotamiento de los atractivos existentes y la respuesta del sector público de complementarlos con nueva oferta, factor que de acuerdo a López Guevara (2011) constituye un indicador de que el destino está próximo a alcanzar la fase de consolidación.

No obstante ello, existen razones que denotan la permanencia de la ciudad en su fase de desarrollo. La primera de ellas tiene que ver con el comportamiento de la demanda turística en los últimos años. Así, las estadísticas realizadas por el INDEC revelan que la tasa de afluencia turística ha crecido

(véase Tabla 1). En segundo lugar, la oferta hotelera y extra-hotelera han seguido creciendo en la última década, si bien ha sido a un ritmo menor que el de 2000-2010, esto no es condición suficiente para afirmar que se ha alcanzado la fase de consolidación. Dadas las condiciones actuales, cabe esperar que la ciudad continúe desarrollando su oferta turística pero a un ritmo cada vez más lento. En tercer lugar, es preciso mencionar que al analizar los eventos que han incidido en el desarrollo turístico local en los últimos años queda de manifiesto que la mayoría de ellos constituyen adiciones, lo cual, siguiendo a Johnston (2001), caracteriza a las fases de involucramiento y desarrollo, mientras que las transformaciones y las cesaciones son más frecuentes en las fases de consolidación y declive. Así, incorporaciones a la oferta turística local como las de Treeland en el año 2017, Parque Aéreo en 2018 y el Hotel Howard Johnson en 2019 indican que el sector privado apuesta a la continuidad del crecimiento de la actividad turística en el destino, sugiriendo que aún no se ha alcanzado la fase de consolidación.

LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Resulta relevante mencionar las limitaciones del estudio: en primer lugar, hubo variables que no pudieron ser analizadas por falta de datos. Cabe la posibilidad de que hayan quedado excluidas del análisis y de la cronología de hitos locales, variables histórico-contextuales que sin duda alguna han tenido repercusión en el desarrollo tanto general como turístico de la ciudad debido a que no se encuentran documentadas. En segundo lugar, fue necesario sortear vacíos importantes de información. Así, la falta de estadísticas respecto a la afluencia turística o la ocupación turística que recibe Tandil obligó a reemplazar dicha variable en favor de la evolución de la oferta de plazas de alojamiento.

Asimismo, se destacan otras dos limitantes: por un lado, se trabajó únicamente con las plazas habilitadas ya que no se cuenta con listados que refieran a la oferta informal de alojamiento en el destino y por otro, al no haber podido acceder a registros sobre las fechas exactas de cierres de establecimientos, algunos de los alojamientos contabilizados pueden hoy en día no estar funcionando o funcionar solo temporalmente.

CONCLUSIONES

El modelo del ciclo de vida cambió la forma en que se gestionan y estudian los espacios turísticos. Ya no es posible suponer que las áreas turísticas permanecerán como tales sin una planificación y gestión adecuadas. Dado que la gestión responsable de un destino turístico requiere adaptar sus estrategias a la fase del ciclo de vida en la que se encuentra el mismo, se vuelve necesario

mejorar los mecanismos de diagnóstico asociados a la transición entre las fases del ciclo de vida. Con miras a este objetivo, la presente investigación se propuso construir el CVDT de Tandil y verificar si los postulados de Coelho (2010) realizados en base a escenarios hipotéticos se correspondían con los del caso de estudio.

Asimismo, se demostró la factibilidad de utilizar las plazas de alojamiento como variable para producir estudios de ciclo de vida que permitan realizar estudios retrospectivos de largo plazo. Para el caso de estudio, la similitud de la gráfica de su ciclo de vida guarda estrecha relación con la línea sigmoidea descrita por Butler (1980). Es posible, y se menciona esto como una posible línea de investigación futura, que en el campo del turismo se cumpla en algunos destinos la ley de Say, según la cual, dentro de determinados rangos, la oferta crea su propia demanda. Así, en Tandil, podría argumentarse que el desarrollo de la oferta de alojamiento fue atrayendo también a más turistas a visitar la ciudad y por eso la curva de su ciclo de vida construida en base a oferta de alojamiento guarda estrecha similitud con la de Butler (1980) a pesar de que éste último utiliza otra variable: la afluencia turística.

Puntualmente con respecto al caso de estudio, se puede señalar que la desaceleración en la tasa de crecimiento experimentada por el sector en la primera década del nuevo milenio podría constituir una advertencia de que el escenario de consolidación -y por ende de declive- es una posibilidad no muy lejana del horizonte. Si bien la ciudad no ha generado un modelo económico basado en el monocultivo turístico, la disminución de la actividad tendría consecuencias perjudiciales en la economía local que deben ser consideradas.

Asimismo, en el modelo de Butler la superación de la capacidad de carga del destino es la que provoca el declive. Sin embargo, otros autores han propuesto que el declive podría producirse debido a otros factores, tales como la pérdida de competitividad, insuficiencia de las infraestructuras, esfuerzos de marketing basados exclusivamente en precios bajos, aparición de destinos sustitutos, dependencia de un mercado emisor, entre otros. Este último factor es particularmente riesgoso en el caso de Tandil, donde la inmensa mayoría de sus visitantes proceden de Capital Federal y La Plata. Es importante recordar que la sustentabilidad no es sólo ambiental y social, sino también económica, y que la diversificación de los centros emisores de turistas es la única manera de disminuir los riesgos asociados a la posibilidad de asfixia del destino en un escenario de dependencia; el desafío para la ciudad radica entonces en diversificar estos centros conservando la singularidad del paisaje y el modo de vida local, caracterizado por la tranquilidad propia de las ciudades intermedias.

Agradecimientos

A la Dirección de Turismo de la ciudad de Tandil, por los datos aportados que permitieron llevar adelante el presente estudio.

A la Mag. Silvia Izquierdo por sus sugerencias y su colaboración con la recolección y procesamiento de la información.

A los entrevistados por su tiempo, gentileza e información compartida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agarwal, S. (1997). The Resort Cycle and Seaside Tourism: An Assessment of its Applicability and Validity. *Tourism Management*, 18(2), 65-73.
- Agarwal, S. (2006). Coastal resort restructuring and the TALC. *The Tourism Area Life Cycle*, 2, 201-218.
- Aguilar, C. R. V. (2009). El ciclo de vida de um destino turístico: Puerto Vallarta, Jalisco México. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 3(1), 1-24.
- Álvarez Alonso, A. (2004). El ciclo de vida de los destinos turísticos litorales. In U. y Ayuntamiento de la Villa de Adeje / Instituto Pascual Madoz del Territorio, y A. d. Adeje (Ed.), *Turismo y territorio en la sociedad globalizada* (p. 508 páginas). Santa Cruz de Tenerife.
- Berry, T. (2006). The predictive potential of the TALC model, in: R.W. Butler (Ed.), *The Tourism Area Life Cycle: Conceptual and Theoretical Issues*, Channelview Publications, Clevedon, 254–280.
- Blas, M. M., y Jacinto, G. (2016). Estrategias de planificación turística a escala municipal. *Boletín de Estudios Geográficos*, (106).
- Butler, R. W. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Butler, R. W. (2006). *The tourist area life cycle. Applications and Modifications*. Clevedon. Channel View.
- Butler, R. W. (2011). *Tourism area life cycle (Contemporary Tourism Reviews series)*. Oxford: Goodfellow Publishers.

- Butler, R. W. (2009). Tourism destination development: Cycles and forces, myths and realities. *Tourism Recreation Research*, 34(3), 247-254.
- Cáceres, E. M. (2001). Génesis y desarrollo del espacio turístico en Canarias. UPLG y Gobierno de Canarias.
- Capristo, V. (2016). Turismo y transformaciones socio-territoriales recientes en el destino turístico Tandil, Argentina. Cambios en la oferta, la demanda y la política sectorial (2000-2015). Tesis de maestría. Universidad Nacional de Quilmes, Argentina.
- Cardona, J. R., y Serra Cantallops, A. (2014). Historia del turismo en Ibiza: Aplicación del Ciclo de Vida del destino Turístico en un destino maduro del Mediterráneo.
- Chetty, S. (1996). The Case Study Method for research in small –and medium- sized firms. *International Small Business Journal*, 15(1), 73-85.
- Coelho, J. (2010). Un Índice de Desarrollo Turístico basado en el Ciclo de Vida de un Destino. Tesis doctoral. Vol. I. Universidad de Extremadura, Badajoz, España.
- Cooper, C. (1994). The Destination Life Cycle: an Update. In Seaton, A.(ed.): *Tourism. The State of the Art*. Wiley, United Kingdom.
- Cooper, C., y Jackson, S.(1989). Destination life cycle: The Isle of Man case study. *Annals of Tourism Research*, 16(3), 377-398.
- Denzin, N. K. (1970). Strategies of multiple triangulation. The research act in sociology: A theoretical introduction to sociological method. McGraw-Hill New York, NY, 297-313.
- Di Paola, N. (2009). La ciudad de las sierras. Reseña histórica del Tandil. Tandil: Ediciones del Chapaleofú.
- Diedrich, A., y García-Buades, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30(4), 512-521.
- Donaire, J. A. (2001). Estrategias de reconversión turística de los municipios litorales catalanes. *Papers de Turisme*, (29), 50-65.

- Fernández, G., Ramos, A., y Van Morlegan, C. (2008). Alojamientos turísticos y problemáticas ambientales. El caso de los complejos de cabañas en Tandil, Argentina. *El Periplo Sustentable* (15), 5-25. Recuperado de <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/5043/3633>.
- Finquelievich, S., Feldman, P., y Girolimo, U. (2017). Tandil: innovación y desarrollo local. *Cuaderno urbano*, 22(22).
- Garay Tamajón, L. A. (2007). El Ciclo de evolución del destino turístico una aproximación al desarrollo histórico del turismo en Cataluña. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Getz, D. (1992). Tourism planning and destination life cycle. *Annals of tourism research*, 19(4), 752-770.
- González, P. (2015). Crisis y renovación en el ciclo de vida de los destinos turísticos. El caso de Puerto de la Cruz, Tenerife. *Revista Atlántida*, 6, 101-122.
- Haywood, M. (1986). Can the Tourist-Area Cycle of Evolution be Made Operational? *Tourism Management*, 7, 154-167.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación. Mc Graw Hill Education.
- Hovinen, G. (1981). A tourist cycle in Lancaster County, Pennsylvania. *The Canadian Geographer/Le Géographe Canadien*, 25(3), 283-286.
- Hovinen, G. (2002). Revisiting the destination life cycle model. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 209-230.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de la República Argentina, INDEC. Encuestas de Ocupación Hotelera. Período 2006-2017.
- Johnston, C. (2001). Shoring the Foundations of the Destination Life Cycle Model, Part 1: Ontological and Epistemological Considerations. *Tourism Geographies*, 3 (1), 27.
- Knowles, T. y S. Curtis (1999). "The Market Viability of European Mass Tourist Destinations. A Post-Stagnation Life-Cycle Analysis". *International Journal of Tourism Research*, 1(2), 87-96.
- López Guevara, V. (2011). La reorientación en los destinos litorales planificados. Caso de estudio: Bahías de Huatulco, Oaxaca, México. *Investigaciones turísticas*, (1), 107-121.

- Montero, P. N. (2007). Limitaciones y potencialidades de Tandil como ciudad sede de congresos y reuniones afines. La Plata: Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de la Plata.
- Moore, W., y Whitehall, P. (2005). The tourism area lifecycle and regime switching models. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 112-126.
- Nario, H. (1996). Tandil: Historia abierta. Tandil, Buenos Aires, Argentina: Ediciones del Manantial.
- Okuda Benavides, M., y Gómez-Restrepo, C. (2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. *Revista colombiana de psiquiatría*, 34(1), 118-124.
- Olabuénaga, J. (2012). Metodología de la investigación cualitativa 5ª edición. Universidad de Deusto.
- Plog, S. C. (1987). Understanding psychographics in tourism research. *Understanding psychographics in tourism research*, 203-213.
- Priestley, G., y Mundet, L. (1998). The post-stagnation phase of the resort cycle. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 85-111.
- Rodríguez González, P. (2015). Crisis y renovación en el ciclo de vida de los destinos turísticos. El caso de Puerto de la Cruz, Tenerife. *Atlántida* (6), 22.
- Rodríguez Jiménez, G. (2016). Determinación de la fase del ciclo de vida del destino turístico regional Villa Clara y de los factores influyentes en su estrategia de crecimiento. Universidad Central "Marta Abreu" de la Villas.
- Rodríguez, A. D. (2016). El proceso de renovación de la oferta de alojamiento turístico en destinos consolidados: el caso de Puerto de la Cruz (1955-2009). *Cuadernos de Turismo*, (38), 115-145.
- Russell, R., & Faulkner, B. (1998). Reliving the destination life cycle in Coolangatta: an historical perspective on the rise, decline and rejuvenation of an Australian seaside resort. Embracing and managing change in tourism: International case studies, 95-115.

Soares, J. C., Gândara, J. M. G., y Ivars-Baidal, J. (2012). Indicadores para analizar la evolución del ciclo de vida de los destinos turísticos litorales. *Investigaciones Turísticas*, 3, 19-38.

Valdés, A., Martínez, E., y Nechar, M. (2017). Origen, concepción y tratamiento del ciclo de vida de los destinos turísticos: una reflexión en torno al modelo de Butler. *Compendium*, 20(38).

Virgen Aguilar, C. R. (2009). El Ciclo De Vida de un Destino Turístico: Puerto. *Cultur – Revista de Cultura e Turismo* (1), 24.

Yin, R. (2003). *Case Study Research. Design and Methods*. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.

PREFERENCIAS, HÁBITOS DE VIAJE Y GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES A CENTROS DE TURISMO COMUNITARIO EN 6 PROVINCIAS DEL ECUADOR

Edison Rubén Molina Velásquez*
Enrique Armando Cabanilla Vásconez**
Jhony Fernando Méndez Játiva***

Facultad de Ciencias Agrícolas
Universidad Central
Ecuador

CONTACTO

*  [0000-0001-7702-5079](https://orcid.org/0000-0001-7702-5079)

✉ ermolina@uce.edu.ec

**  [0000-0002-2853-291X](https://orcid.org/0000-0002-2853-291X)

✉ eacabanilla@uce.edu.ec

***  [0000-0003-3362-6889](https://orcid.org/0000-0003-3362-6889)

✉ jmendez@uce.edu.ec

Cita recomendada (APA 6ta ed.)

Molina Velásquez, E.R.; Cabanilla Vásconez, E.A.; Méndez Játiva, J.F. (2020). Preferencias, hábitos de viaje y grado de satisfacción de los visitantes a Centros de Turismo Comunitario en 6 provincias del Ecuador. *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 18(1), 27-52.

Recibido: 13/05/2020

Aceptado: 12/06/2020.

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación fue identificar el perfil del turista que visita los Centros de Turismo Comunitario (CTC) ubicados en las provincias de Bolívar, Chimborazo, Cotopaxi, Imbabura, Tungurahua y Napo (Ecuador), registrados en el Catastro Nacional del Ministerio de Turismo para el año 2019, con el propósito de poder definir el nivel sociodemográfico, socioeconómico y los hábitos y motivos de viaje del turista que asiste a dichos establecimientos, así como también su nivel de satisfacción. La tipología de investigación fue descriptiva, la metodología utilizada fue mixta y como técnica fundamental se desarrolló encuestas validadas previamente a su uso en campo, realizándose un promedio de 149 encuestas en cada uno de los CTC seleccionados, dando como resultado una muestra total de 2382. Entre los principales resultados se resalta que la mayoría de los visitantes a los CTC son personas jóvenes y jóvenes adultos, mayormente ecuatorianos, un buen porcentaje utiliza transporte privado y los servicios más utilizados fueron los de guía y recreación, junto con los de alimentación. El grado de satisfacción es alto, con indicadores positivos que muestran una buena relación de precio/calidad. Finalmente, como conclusión, cabe la pena destacar que hay mucha uniformidad en la calidad del servicio, siendo notable que los CTC están listos para recibir y atender a visitantes con altos estándares de calidad, sin embargo, esto abre la incógnita por estudiar, ¿cuál es la razón de que no se haya conseguido un buen posicionamiento dentro del mercado receptivo?

PALABRAS CLAVE

turismo - turismo cultural - viajes -
turismo comunitario - actividades de tiempo libre.

COMMUNITY TOURISM CENTERS VISITORS PREFERENCES, TRAVEL HABITS AND DEGREE OF SATISFACTION IN 6 PROVINCES OF ECUADOR

Edison Rubén Molina Velásquez*

Enrique Armando Cabanilla Vásconez**

Jhony Fernando Méndez Játiva***

School of Agricultural Sciences
Central University
Ecuador

CONTACT

*  [0000-0001-7702-5079](https://orcid.org/0000-0001-7702-5079)
 ermolina@uce.edu.ec

**  [0000-0002-2853-291X](https://orcid.org/0000-0002-2853-291X)
 eacabanilla@uce.edu.ec

***  [0000-0003-3362-6889](https://orcid.org/0000-0003-3362-6889)
 jmendez@uce.edu.ec

Recommended citation style (APA 6ta ed.)

Molina Velásquez, E.R; Cabanilla Vásconez, E.A, Méndez Játiva, J.F. (2020). **Preferencias, hábitos de viaje y grado de satisfacción de los visitantes a Centros de Turismo Comunitario en 6 provincias del Ecuador.** *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 18(1), 27-52.

Received: 13/05/2020

Accepted: 12/06/2020

ABSTRACT

The main objective of this investigation was to identify the profile of the tourist who visits the Community Tourism Centers (CTC) located in the provinces of Bolívar, Chimborazo, Cotopaxi, Imbabura, Tungurahua and Napo (Ecuador), registered in the National Cadastre of the Ministry of Tourism for the year 2019, with the purpose of being able to define the sociodemographic, socio-economic level and the habits and reasons of travel of the tourist who attends these establishments, as well as their level of satisfaction. The research typology was descriptive, the methodology used was the mixed method and as a fundamental technique, surveys validated prior to their use in the field were developed, with an average of 149 surveys being carried out in each of the selected CTC, resulting in a total sample of 2382 valid surveys. Among the main results it is highlighted that most of the visitors to the CTC are teenagers and young adults, mostly Ecuadorians, a good percentage uses private transport and the majority used local services such as guidance and recreation, plus food and beverage. The degree of satisfaction is high, with positive indicators that show a good price / quality ratio. Finally, as a conclusion, it is worth noting that there is a lot of uniformity in the quality of the service, being notable that the CTCs are ready to receive and serve visitors with high quality standards, however, this opens up the mystery to study, which is the reason that a good positioning within the receptive market has not been achieved?

KEYWORDS

tourism - cultural tourism - travel - community based tourism - leisure time activities.

INTRODUCCIÓN

La sostenibilidad es un tema de amplia difusión a nivel mundial, con el pasar de los años ha sido una temática que ha ido profundizando su entendimiento y alcance como tema central de actuación de los líderes mundiales. El concepto de desarrollo sostenible se ha aplicado a los modelos de desarrollo territorial y alineándose con cada una de las áreas del conocimiento, en donde existe una clara relación entre lo científico y lo empírico, tomando en cuenta factores cambiantes que condicionan el escenario y la prospectiva. El desarrollo sostenible es explicado como “el enlace integral e inevitable entre el sistema natural y el desarrollo. Se refiere a un repetitivo proceso de cambio en el cual la explotación de los recursos naturales, la dirección de la inversión y del progreso científico y tecnológico” (Cardoso, 2006, p.7).

Es así como, en el año 2015 se adoptan 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS), los mismos que son el paraguas para establecer planes, programas y proyectos en los territorios. Dentro de la actividad turística, la práctica del turismo responsable se alinea con el desarrollo sostenible que busca el bienestar de la comunidad anfitriona; así como la valoración y disfrute del visitante, tal como lo ha venido expresando desde la década del 90 la Organización Mundial del Turismo [OMT] (1993) el Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro.

El turismo con sus iniciativas locales ha impulsado propuestas alineadas con 8 de los 17 objetivos de desarrollo sostenible. La OMT es el organismo que tiene el compromiso de garantizar que el turismo desempeñe un papel clave en la agenda para el desarrollo y en la implementación de los ODS (OMT, 2015). El turismo sostenible es un modelo alternativo para el desarrollo, en donde se persiguen reducir la desigualdad; que los destinos sean inclusivos, seguros, resilientes; garantizar modalidades de consumo y producción; adopción de medidas para combatir el cambio climático y sus efectos; conservación y utilización responsable de las masas de agua marinas; proteger, reestablecer y promover el uso responsable de los ecosistemas terrestres; promover sociedades pacíficas e inclusivas y finalmente, fortalecer los medios de implementación y revitalizar alianzas de cooperación para el desarrollo del turismo sostenible.

El desarrollo local depende de los atributos de la tierra, así como también, de las habilidades y conocimientos de los pueblos aborígenes. La dinámica del desarrollo busca alternativas para la transformación de las actividades económicas y a su vez la consolidación de las identidades plasmadas en la configuración del paisaje. El territorio enfatiza la necesidad del desarrollo local situándose en la escala geográfica de actuación; al ser éste una noción amplia,

intervienen sobre él, varias disciplinas que deben interactuar con creencias, nacionalismos y territorialidades adquiridas con el paso del tiempo. "Territorio" es una noción estrechamente ligada a lo local: desde una perspectiva de desarrollo local, el territorio es más que un mero espacio. A nivel "macro" (desde la Nación) el espacio es virtual, la planificación habla de un espacio teórico, plano, en el mapa, mientras que en la escena local el espacio se convierte en territorio real, vivo, interpelante, que obliga a situarse en una perspectiva integral porque la atención se dirige a la construcción social cotidiana, al hombre concreto y su entorno inmediato, a su permanente transformación de la naturaleza. El territorio adquiere "espesor", deja de convertirse en un soporte pasivo de localización de iniciativas para convertirse en un entorno activo, dinámico, facilitador del cambio tecnológico, estimulador de la creatividad empresarial" (Di Pietro, 2001, p.25).

Las políticas de desarrollo se manifiestan desde varias escalas territoriales de análisis; pero la más determinante por sus características tan particulares es el desarrollo local, concebido como un proceso ordenado de aprovechamiento de los recursos con participación activa de los grupos sociales, buscando beneficios para la comunidad. En la actualidad el desarrollo local tiene una gran influencia externa que complejiza las relaciones en el territorio, es allí donde las localidades tienen limitaciones y no todas las comunidades pueden alcanzar el desarrollo deseado. Sobre este tema Bervejillo (1995) afirma que "solamente los territorios que han alcanzado ciertos niveles previos de desarrollo y que, además, cuenten con cierta masa crítica de capacidades estratégicas, pueden acceder a utilizar las nuevas oportunidades para su beneficio" (p.24).

En la gestión local, una de las estrategias que ha servido para que la sociedad vuelva a mirar hacia los sitios más vulnerables, como son los espacios rurales, ha sido por medio del turismo, una actividad que revaloriza las identidades adquiridas por los pobladores con el pasar del tiempo y los compromete a ser más solidarios con los actores productivos del territorio. "La gestión local requiere asumir el turismo como una actividad de exigencia transversal en tanto compromete a la comunidad y a sus miembros, en su condición de habitantes cuanto, de usuarios y actores, a la economía y a las empresas" (Mantero, 2004, p.30). Un mecanismo de gestión local del turismo es el hoy llamado turismo comunitario, recordando que tuvo ya un inicio en varias declaraciones mundiales en los años 80, propuestos por la OMT como fueron la Declaración de Manila (OMT, 1980) y la Carta del Turismo (1985). En esta última la OMT manifiesta claramente que el Estado ecuatoriano debería invitar:

"a las poblaciones que constituyen las comunidades visitadas en los lugares de tránsito y de estancia a ofrecer a los turistas las mejores condiciones de hospitalidad, cortesía y respeto necesarias para el establecimiento de relaciones humanas y sociales armoniosas" (OMT, 1985: p.3).

Conjuntamente con estas recomendaciones aparecen varias publicaciones y manuales, cuyo principal objetivo fue el involucramiento de las comunidades receptoras en todos los procesos de la posible implantación del turismo en sus territorios (Weaver, 1986; Heatherington, 1988; Cohen, 1988; U.S. Department of Commerce, 1989; Elkinton, 1990; Jones, 1990). Posteriormente, el turismo de base local adquiere la adjetivación de Ecoturismo Comunitario, asociándose al auge de la propuesta de sostenibilidad en los entornos naturales (Potts, 1994; Bowling, 1992; Page y Getz, 1997; Butler, Hall y Jenkins, 1998; Pearce, Moscardo y Ross, 1996; Gomera, 1999; Beeton, 1998; Epler, 1998; Schaller, 1995; OMT, 1997). Con estas bases a finales de los años 90, la OMT en su Código de Ética del Turismo para el desarrollo sostenible del recomienda que las comunidades “se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa e indirecta de empleo a que den lugar” (OMT, 1999, p.1).

En Ecuador se encuentran reportes académicos y técnicos de varios emprendimientos de los años 80y 90. Se observa que no lograban configurarse como parte de la oferta nacional, razón por la cual fueron objeto de varios estudios, generalmente asociados a intervenciones de organizaciones no gubernamentales que apoyaban proyectos de conservación de la naturaleza (Smith, 1993, 2003; Colvin, 1996; Schaller, 1995; Wunder, 1996; Epler, 1998). A partir de esta sistematización creció la idea de que el turismo comunitario debe tener representación y auspicio en la planificación nacional, para lo cual se facilitó la creación y legalización de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador (FEPTCE), que manifestó que el turismo comunitario es:

“es toda actividad económica solidaria que relaciona a la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, propendiendo al manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios generados” (FEPTCE, 2002, p.1).

Si bien este concepto es fundamental, a lo largo de los años se han ido sumando varios aportes, de diversos lugares del mundo aportando al debate académico desde diversas realidades (Zeppel, 2006; Ruiz y Solís, 2007; Ministerio de Turismo del Ecuador, 2002; OIT, 2005; Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009; Secretaría de turismo de la provincia de Buenos Aires, 2014 y CORTUS, 2014). Todos estos han aportado para la construcción de un concepto que aún es discutido a nivel académico, pero que ha logrado algunos consensos básicos como: a) Reconocer el turismo comunitario como un modelo de gestión alternativo; b) Incluir a grupos étnicos, campesinos e inclusive urbanos, que ofertan diversos tipos de turismo, con variadas actividades; y, c) Ratificar el manejo integral de la comunidad en todos los procesos de la planificación, ejecución y el control del turismo en su territorio (Cabanilla, 2018).

Siendo el turismo una fuente importante del crecimiento económico local en varios lugares del mundo, es de suma importancia, conocer los gustos, preferencias y hábitos de viaje que poseen los turistas, con el propósito de alcanzar una gestión pública y privada, basada en una estructura técnica, organizada y planificada. Asimismo, el desconocimiento del perfil de los turistas que visitan los CTC ha generado que no existan innovaciones, si no, que se mantengan con las ofertas convencionales y tradicionales, es por ello, que es de suma importancia que la oferta se encamine hacia la satisfacción de las necesidades de los visitantes, generando de esta manera una prestación de servicios de calidad (Realpe y Benítez, 2015).

La calidad en el servicio que se debe ofrecer a los turistas debe estar enfocada específicamente a la conformidad de los clientes (Berry y Bennet, 1989). De hecho, desde hace mucho tiempo atrás existe una especial preocupación por definir los parámetros y lineamientos que midan una correcta y esperada satisfacción de los clientes. No obstante, la tarea de su cuantificación en el ámbito de los servicios es especialmente compleja dada la naturaleza intangible de los servicios (Grönroos, 1994) por una parte, y el carácter subjetivo que la calidad, conlleva por otra.

Los aspectos antes mencionados motivaron el desarrollo de la presente investigación, que tiene como objetivo identificar el perfil del turista que visita los CTC, con el propósito de poder definir el nivel sociodemográfico, socioeconómico y los hábitos y motivos de viaje del turista que asiste a dichos establecimientos; y, además, conocer el grado de satisfacción de los visitantes que hicieron uso de las instalaciones. En caso de no tomar en cuenta esto, lo único que se generará es que siga el retraso en el desarrollo socio económico del territorio, puesto que el desconocimiento sobre el perfil del turista, provocará entre otros aspectos, el desvío de presupuestos, pues no estarán orientados a satisfacer las verdaderas necesidades de los visitantes; además afectará la toma de decisiones futuras por parte de las autoridades y de igual manera les impedirá a los operadores privados planificar adecuadamente sus servicios (Realpe y Benítez, 2015).

METODOLOGÍA

El desarrollo de la presente investigación se llevó a cabo en 16 centros de turismo comunitario, ubicados en las provincias de Bolívar, Chimborazo, Cotopaxi, Imbabura, Tungurahua y Napo. Todos estos centros registrados en el Catastro Nacional del Ministerio de Turismo para el año 2019.

La tipología de investigación fue descriptiva, concebida como un método científico que implica la observación y descripción del comportamiento de uno

o varios sujetos sin influir sobre él o ellos de ninguna manera esto a través de estudios de caso a analizarse y el que se plantea para la investigación (Cazau, 2006).

La metodología de la investigación utilizada fue mixta, Castro y Godino (2011), contemplan a esta metodología como el uso de herramientas cuantificables y cualitativas, de forma alterna para la indagación de datos sobre un supuesto en específico. Busca mediante la recolección de datos una mejor comprensión del problema de investigación planteado, que para este caso fue el nivel de satisfacción y usos de los servicios de los CTC, por parte de los visitantes nacionales e internacionales.

Como técnica fundamental se desarrolló encuestas, cuya herramienta fueron cuestionarios probados previamente a su uso en campo. Posteriormente en diversos grupos los investigadores fueron a los diversos CTC para encuestar directamente al turista. Para esto la muestra se calculó de la siguiente forma:

Tabla 1. Ficha técnica para aplicación encuestas al turista en los CTC seleccionados

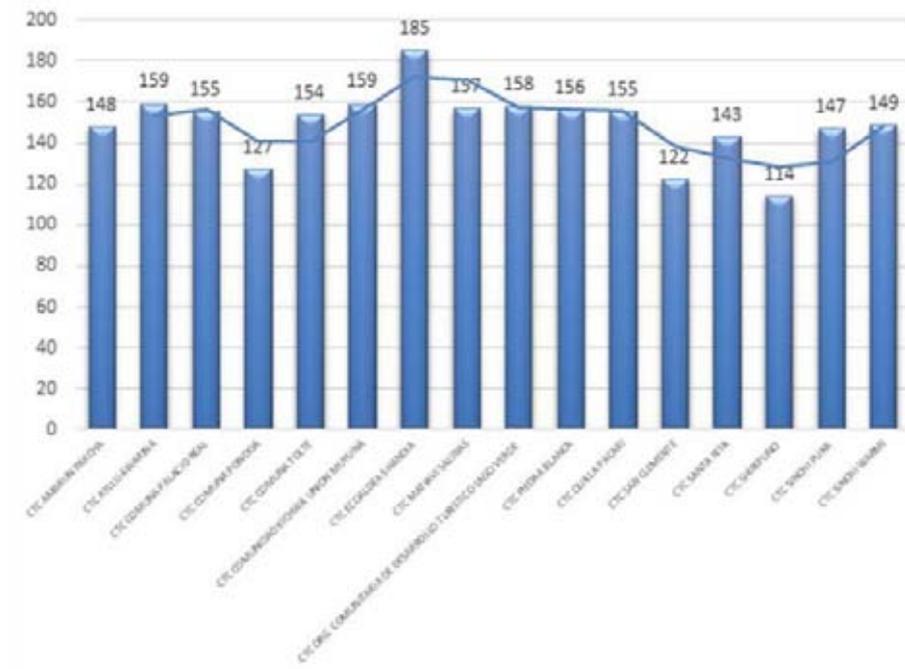
CÁLCULO DE MUESTRA	
<i>CTC seleccionados</i>	Amarun Pakcha, Ayllu Awarina, Comuna Palacio Real, Comuna Pondoá, Comuna Tolte, Comunidad Kichwa Unión Muyuna, Ecoaldea Shandia, Matiavi Salinas, Org. Comunitaria de Desarrollo Turístico Lago Verde, Piedra Blanca, Quilla Pacari, San Clemente, Santa Rita, Shiripuno, Sinchi Pura y Sinchi Warmi
<i>Población de turistas que visitan estos CTC</i>	Indefinida
<i>Nivel de confianza</i>	95%
<i>Margen de error</i>	+/-2
<i>Tipo de muestra</i>	Aleatoria simple
<i>Número de encuestas</i>	2382
<i>Sitios de recolección de información</i>	Centro de recepción de cada uno de los CTC seleccionados
<i>Período de aplicación de encuestas</i>	Marzo 2019 – Agosto 2019

Fuente: elaboración propia. 2020.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se realizaron un promedio de 149 encuestas en cada uno de los CTC seleccionados, manteniendo una distribución equilibrada, tal como lo muestra la figura 1. En los casos específicos de Pondoá, San Clemente y Shiripuno, los encuestados están bajo la media, debido a la afluencia de visitantes en el período de encuestas.

Figura 1. Número de encuestas aplicadas en cada uno de los CTC seleccionados.



Fuente: base de datos encuesta agosto-septiembre 2019.

Datos demográficos de la muestra estudiada

Los principales aspectos demográficos de la muestra estudiada son:

Tabla 2. Características demográficas de la muestra estudiada.

Características demográficas	Principales resultados
Edad de la muestra	El 84,21% de la muestra corresponde a personas entre los 16 a 45 años de edad. Siendo el rango de 16-25 años el más significativo con el 47,95%.
Procedencia de origen del visitante	8 de cada 10 personas que visitan a uno de los CTC evaluados son ecuatorianos, seguidos por residentes de Estados Unidos (4,36%) y Francia (2,09%); sin embargo, cabe destacar que 5,36% se reparte en visitantes de 28 países.
Procedencia nacional por provincias	Los visitantes nacionales provienen mayormente de las siguientes provincias: Pichincha (52,20%), Cotopaxi (6,99%), Guayas (6,71%), Tungurahua (6,61%) y Azuay (4,88%).
Procedencia nacional por ciudades	Las 10 ciudades del Ecuador, que registran el mayor número de visitantes son: Quito (50,14%), Guayaquil (6,05%), Cuenca (4,90%), Latacunga (4,71%), Ambato (4,19%), Riobamba (3,81%), Tena (2,67%), Ibarra (1,33%), Quevedo (1,24%) y Quero (1,24%).
Datos de género	Los visitantes encuestados fueron mayormente del género femenino (52,14%), seguido por masculino (47,11%) y un valor menor a personas que se auto identificaron como LGBTI (0,75%).
Estado civil	Se evidenció que 6 de cada 10 visitantes son solteros y 3 de cada 10 casados.
Ocupación actual reportada	Las principales ocupaciones reportadas fueron: Estudiante (41,58%), Empleado privado (34,51%) y Empleado público (15,03%).
Estudios finalizados	La muestra reportó que 8 de cada 10 personas tienen como estudios finalizados, primero secundaria con un 44,89%, sumado a quienes terminaron sus estudios de tercer nivel en un 38,99%.

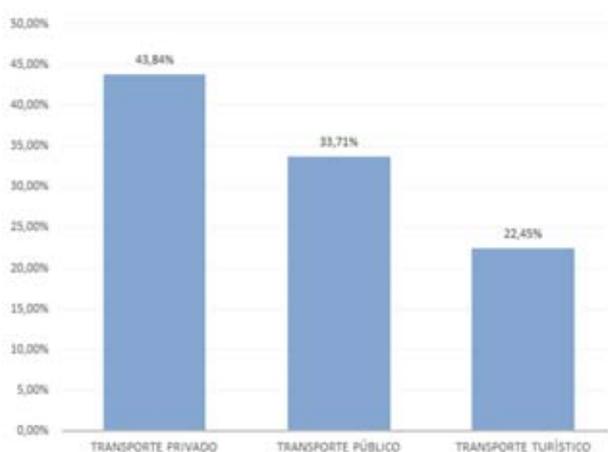
Fuente: base de datos encuesta agosto-septiembre 2019.

En consecuencia, el perfil mayoritario de la muestra fue de jóvenes ecuatorianos, residentes en las principales ciudades del Ecuador, tanto hombres como mujeres. Son solteros que estudian o trabajan en el sector privado y que han finalizado estudios secundarios o de tercer nivel.

Características de la visita

En cuanto a los datos más relevantes sobre su viaje, el primer parámetro que se estudió fue sobre el transporte: 4 de cada 10 personas utilizaron transporte público o privado, el restante 22% utilizaron servicios de un transporte turístico (ver figura 2). El segmento de 16 a 25 años (solteros) son quienes más utilizan el transporte público; mientras que, el uso del privado y turístico es similar en los otros rangos de edad. Otro hallazgo fue verificar que los turistas extranjeros son quienes utilizan mayormente al transporte turístico, lo que determinaría que la mayoría de los residentes en Ecuador llegan por sus propios medios, sin intervención de una operadora turística. Un dato relevante fue observar que los CTC cuentan con accesibilidad pública en todos los sitios estudiados, lo que ayuda en la llegada de sus visitantes.

Figura 2. Tipo de transporte utilizado para llegar a cada uno de los CTC seleccionados.



Fuente: base de datos encuesta agosto-septiembre 2019.

En la muestra se estudió la utilización de los diversos servicios turísticos que brindan los CTC. En primer lugar, 4 de cada 10 visitantes manifestaron que visitaron los CTC y utilizaron dos servicios: en primer lugar, su oferta recreativa, que constan de diversas actividades como caminatas cortas, demostraciones, charlas, entre otros. Complementado mayoritariamente, en segundo lugar, por los servicios gastronómicos de la comunidad. El tercer rubro más demandado es el de alojamiento, pero tan solo representa a 1 de cada 10 visitantes. Estos resultados reflejan claramente que la mayoría de las visitas son excursiones de un día o de horas. Se demuestra entonces que pese a tener una oferta instalada para alojamiento su uso es muy bajo.

Figura 3. Servicios turísticos utilizados en cada uno de los CTC seleccionados.



Fuente: base de datos encuesta agosto-septiembre 2019.

En cuanto al tipo de turistas que utilizan estos servicios turísticos, se identificaron los siguientes parámetros:

Tabla 3. Caracterización del grupo de consumo, según servicio turístico, en los CTC seleccionados.

Guianza y recreación	9 de cada 10 son turismo doméstico.	El 52,14% es femenino y el 47,11 masculino, con similar comportamiento en los dos mercados. Datos que muestran similitud.	62,73% de quienes usan este servicio son solteros, seguido por el 27,35% de casados. No hay diferencia a destacar entre el turismo doméstico y el receptivo.	En cuanto a grupos de edad, el promedio que caracteriza a los dos mercados emisores es de 16-25 años un (47,95%), 26-35 años (25,63%), 36-45 años (10,64%) y 46-55 años (9,55%).	Los principales territorios emisores nacionales son: Pichincha con 52,16%, Cotopaxi con 6,98%, Guayas representa un 6,70%, Tungurahua un 6,61% y finalmente Azuay con 4,87%. Para el caso del receptivo 4 de cada 10 son de Estados Unidos, seguidos por Francia con un 20%.
-----------------------------	-------------------------------------	---	--	--	---

continúa en la página siguiente

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Servicios Gastronómicos (alimentación)</p>	<p>Igual que en el caso anterior, 9 de cada 10 son residentes nacionales.</p>	<p>Si bien la proporción del género femenino es quien más consume este servicio, su diferencia no es relevante frente al grupo masculino, por lo que se concluye que la proporción es técnicamente similar.</p>	<p>En los dos mercados el comportamiento es similar en cuanto a estado civil, 6 de cada 10 son solteros y 1 de cada 4 casados.</p>	<p>El 84,21% tienen entre 16 a 45 años, siendo el grupo predominante de 16 a 35 años (7/10 visitantes). Destaca en el grupo de visitantes extranjeros, el rango de edad de 45 a 55 años, que representa el 11,81%.</p>	<p>1 de cada 2 visitantes provinieron de la provincia de Pichincha. Le siguen Cotopaxi, Guayas, Tungurahua y Azuay que suman el 25,16% entre los 4 en proporciones similares. El turismo receptivo tiene a sus tres principales consumidores en: Estados Unidos con 39,37%, Francia con 20,08% y Colombia (5,12%).</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Alojamiento</p>	<p>8 de cada 10 son turismo doméstico. 2 de cada 10 receptivo.</p>	<p>La proporción de género masculino y femenino es similar tanto para el doméstico, como para el receptivo.</p>	<p>Tanto para ecuatorianos, como para extranjero el mayor grupo de edad son solteros (6 de cada 10). El 30, 49% son casados en el turismo doméstico, mientras que en el receptivo es un 21.14%.</p>	<p>En turismo doméstico el 86.30% están entre los 16 a 45 años. En el segmento receptivo el mismo segmento de edad tiene un 77,12%, pero destaca el segmento 55 a 65 años que tiene un 10,17% triplicando el resultado del grupo doméstico.</p>	<p>Las principales ciudades que generaron visitas en el turismo doméstico son: Pichincha (52,20%), Azuay (9,30%), Guayas (9,30%), Tungurahua (6,98%) y Cotopaxi (5,68%). En el caso de los visitantes extranjeros los principales mercados emisores son: Estados Unidos (47,46%), Francia (21,19%) y Alemania con 5,08%.</p>

continúa en la página siguiente

<p>Todos los servicios turísticos</p>	<p>El turismo doméstico representó al 81,30% de quienes utilizaron los CTC como un servicio todo incluido.</p>	<p>La proporción de género es similar entre femenino y masculino.</p>	<p>2 de cada 3 turistas nacionales fueron solteros. Para el caso de internacionales, la proporción es de 6 de cada 10.</p>	<p>1 de cada 2 personas, tanto de receptivo, como de doméstico están entre los 16 a 25 años de edad. Destaca que el turismo receptivo, 1 de cada 4 consumidores están entre los 46 a 65 años de edad.</p>	<p>En el caso de turista receptivo, quienes mayormente consumen este servicio son residentes franceses con un 65,22%, seguido por Estados Unidos con un 17,39%.</p> <p>Para el caso doméstico, los principales mercados emisores son: Pichincha (40%), Azuay (22%) y Tungurahua (8,00%).</p>
<p>Transporte</p>	<p>Para el caso de usos de servicio de transporte turístico de los CTC, el turismo doméstico representa un 86,40% de quienes usaron el servicio.</p>	<p>La proporción de género entre masculino y femenino es similar.</p>	<p>En el turismo doméstico el 75,80% son solteros quienes usaron este servicio, mientras que el segmento receptivo es de un 61,11%.</p>	<p>En grupos de edad 8 de cada 10 personas del grupo doméstico están entre los 26 a los 35 años. En el mismo segmento de edad, el grupo receptivo son 7 de cada 10. Destaca un leve incremento de un 16,67% entre los 46 a 55 años.</p>	<p>En este caso los usuarios de la provincia del Napo son los mayores usuarios con el 54,23%, seguido de personas de la provincia de Bolívar con el 19,83% y Chimborazo con el 10,79%.</p> <p>Para el caso receptivo el primer país usuario de este servicio es Estados Unidos (42,59%), seguido por Francia (18,52%) y España e Inglaterra (5,56% cada uno).</p>

Fuente: base de datos encuesta agosto-septiembre 2019.

Con algunas diferencias se observa similitudes en el consumo de los diferentes servicios turísticos, que podrían configurar el siguiente perfil de quienes lo visitan:

a. Existe una mayoría absoluta de consumo por parte de ecuatorianos. El turismo receptivo tan solo ha logrado un posicionamiento promedio de un 15%.

b. Los servicios de los CTC son utilizados en igualdad por los grupos masculino y femenino, con poca presencia del mercado Lesbianas, Gais, Bisexuales y Transgénero (LGBTI).

c. Los consumidores son mayormente solteros en una relación que duplica al segmento casados – familiar.

d. Otro elemento común, es el alto consumo de jóvenes y jóvenes adultos, con una única excepción que son personas entre 46 a 55 años del turismo receptor.

e. Finalmente, se posicionan tres provincias como principales consumidores del turismo doméstico en CTC que son Pichincha, Azuay y Guayas. De igual forma, los dos mercados internacionales predominantes son Estados Unidos y Francia.

Como elementos complementarios a la utilización de los servicios prestados por los CTC se midieron las estancias, en la cuales destaca que el grupo receptivo tiene un promedio de 4,7 noches, frente al 1,7 del turismo doméstico. Demuestra este dato una capacidad de consumo muy superior de aquellos que viene del extranjero, frente a los nacionales. De forma similar, para los que fueron visitantes de un día, el cálculo de horas promedio de estancia en los CTC es similar a los dos grupos entre 4 ½ horas de promedio.

La forma que se enteraron sobre los CTC, estuvo centrada en dos medios, que fueron las referencias personales con un 49,60% y las redes sociales con 37,98%. Existe déficit en una campaña apoyada por medios de comunicación y fueron muy pocos los casos que reportaron haber obtenido la información por una agencia de viajes (1,56%).

Tal como se observa en la figura 4, las actividades más demandadas por los visitantes son: compra de artesanías, práctica de deportes de aventura, intercambio cultural, degustación de alimentos y actividades relacionadas con la naturaleza.

Gráfica 4. Actividades demandadas por los visitantes en los CTC seleccionados.



Fuente: Base de datos encuesta agosto-septiembre 2019.

En cuanto a la compra de artesanías es una actividad muy demandada en todas las comunidades, esto coincide con la vocación cultural de los territorios rurales, sumado a la vinculación para favorecer a la comercialización entre los artesanos y los visitantes.

Tabla 4. Porcentaje de demanda de los servicios relacionados con compra de artesanías.

CTC SANTA RITA	8,81%
CTC COMUNIDAD KICHWA UNION MUYUNA	8,57%
CTC COMUNA PALACIO REAL	8,57%
CTC AYLLU AWARINA	8,08%
CTC ORG. COMUNITARIA DE DESARROLLO TURISTICO LAGO VERDE	7,83%
CTC ECOALDEA SHANDIA	7,71%
CTC MATIAVI SALINAS	6,98%
CTC SHIRIPUNO	6,49%
CTC SINCHI WARMI	6,24%

continúa en la página siguiente

CTC AMARUN PAKCHA	6,00%
CTC SAN CLEMENTE	5,26%
CTC COMUNA TOLTE	4,41%
CTC PIEDRA BLANCA	4,28%
CTC SINCHI PURA	4,16%
CTC COMUNA PONDOA	3,92%
CTC QUILLA PACARI	2,69%
Total general	100,00%

Fuente: base de datos encuesta agosto-septiembre 2019.

En cuanto a la práctica de deportes de aventura, destaca la oferta de Shandia que ofrece la práctica del rafting como una posibilidad a realizar en su visita. Sinchi Pura, Amarun Pakcha y Sinchi Warmi, ubicadas en la amazonia ecuatoriana ofertan caminatas en la selva y algunas otras actividades en el agua, como el navegar en boyas por la corriente fluvial. Finalmente, en la tabla se observa entre los principales a Pondoá que ofrece caminatas al Volcán Tungurahua, aprovechando su situación territorial.

Tabla 5. Porcentaje de demanda de los servicios relacionados con deportes de aventura.

CTC ECOALDEA SHANDIA	15,95%
CTC SINCHI PURA	9,89%
CTC AMARUN PAKCHA	9,52%
CTC COMUNA PONDOA	8,41%
CTC SINCHI WARMI	7,54%
CTC SAN CLEMENTE	7,42%
CTC PIEDRA BLANCA	6,80%
CTC ORG. COMUNITARIA DE DESARROLLO TURISTICO LAGO VERDE	6,67%
CTC COMUNA TOLTE	6,30%
CTC COMUNA PALACIO REAL	5,69%
CTC COMUNIDAD KICHWA UNION MUYUNA	4,82%
CTC MATIAVI SALINAS	2,60%
CTC QUILLA PACARI	2,47%
CTC AYLLU AWARINA	2,10%
CTC SANTA RITA	1,98%

continúa en la página siguiente

CTC SHIRIPUNO	1,85%
Total general	100,00%

Fuente: base de datos encuesta agosto-septiembre 2019.

Si bien el intercambio cultural, es una actividad clave de todos los CTC, destaca el uso de la oferta de tres comunidades. La primera es el CTC Ayllu Awarina, que oferta entre sus actividades culturales la oportunidad para que el visitante se integre y conozca sobre la preparación y elaboración de la chicha de yuca, participación en la danza tradicional con música autóctona, conocimiento de ritos shamánicos y la oportunidad de participar en la elaboración de artesanías con productos de la zona. El segundo es el CTC Santa Rita, cuyo principal atractivo cultural es el involucrar al visitante en el conocimiento de todo el proceso para la elaboración del chocolate amazónico. Finalmente, el tercer CTC que destaca es Comunidad Kichwa Unión Muyuna, que ofrece productos similares al CTC Ayllu Awarina.

Tabla 6. Porcentaje de demanda de los servicios relacionados con actividades de intercambio cultural.

CTC AYLLU AWARINA	14,71%
CTC SANTA RITA	10,45%
CTC COMUNIDAD KICHWA UNION MUYUNA	10,19%
CTC QUILLA PACARI	9,55%
CTC ECOALDEA SHANDIA	8,65%
CTC SHIRIPUNO	6,97%
CTC SINCHI WARMI	6,84%
CTC MATIAVI SALINAS	5,03%
CTC ORG. COMUNITARIA DE DESARROLLO TURISTICO LAGO VERDE	4,26%
CTC PIEDRA BLANCA	4,00%
CTC SINCHI PURA	3,74%
CTC COMUNA PALACIO REAL	3,61%
CTC AMARUN PAKCHA	3,48%
CTC SAN CLEMENTE	3,35%
CTC COMUNA PONDOA	2,84%
Total general	100,00%

Fuente: base de datos encuesta agosto-septiembre 2019.

En temas gastronómicos, destaca la comunidad de Matiavi Salinas, principalmente debido al hecho que su principal atractivo es la visita de emprendimientos agroindustriales de alimentos y bebidas, mismos que son basados en el trabajo cooperativo de la comunidad. Entre ellos destaca la fábrica de quesos y yogurt, elaboración de chocolates, empaque de hongos deshidratados y venta especias como sal de mina. La segunda y la tercera, Shandia y Santa Rita, destacan en la amazonía, la una por ofertar gastronomía exótica de la zona como los chontaduros o maitos y la tercera, por su trabajo con el cacao y el chocolate. Finalmente, las tres siguientes Palacio Real, Lago verde y Quilla Pacari, son emprendimientos de la sierra que por común ofrecen gastronomía local como platos con carne de llama o diversas preparaciones con cuy.

Tabla 7. Porcentaje de demanda de los servicios relacionados con atractivos gastronómicos.

CTC MATIAVI SALINAS	10,52%
CTC ECOALDEA SHANDIA	9,54%
CTC SANTA RITA	9,40%
CTC COMUNA PALACIO REAL	8,98%
CTC ORG. COMUNITARIA DE DESARROLLO TURISTICO LAGO VERDE	8,56%
CTC QUILLA PACARI	6,59%
CTC COMUNA PONDOA	6,03%
CTC AMARUN PAKCHA	5,61%
CTC COMUNIDAD KICHWA UNION MUYUNA	5,47%
CTC PIEDRA BLANCA	5,19%
CTC COMUNA TOLTE	5,19%
CTC SINCHI WARMI	4,49%
CTC AYLLU AWARINA	4,35%
CTC SINCHI PURA	4,21%
CTC SAN CLEMENTE	4,21%
CTC SHIRIPUNO	1,68%
Total general	100,00%

Fuente: base de datos encuesta agosto-septiembre 2019.

Finalmente, en cuanto a actividades relacionadas a la naturaleza destaca el reconocimiento al CTC Piedra Blanca, pues pese a no estar en la Amazonía como muchos otros de los emprendimientos evaluados, este ofrece una

variada cantidad de actividades en el entorno natural que han causado una demanda considerable a nivel nacional. Entre la principal oferta de este lugar destaca: senderismo, observación de flora y fauna, rapel en cascadas, espeleología, observación de aves, entre muchas otras. Destaca, además, que este emprendimiento tiene como objetivo desarrollar actividades turísticas que contrarresten la opción minera en su territorio. Santa Rosa y Ayllu Awarina, que están en segundo y tercer lugar tienen productos relacionados con la selva amazónica. Finalmente, Palacio Real y Tolte, contrastan con una oferta de naturaleza basada en el páramo, junto a flora y fauna de la Sierra.

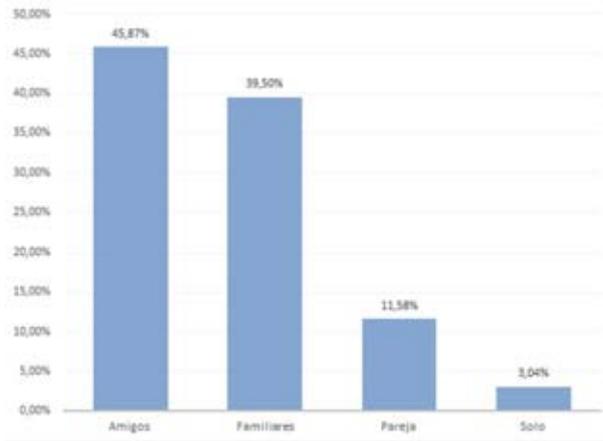
Tabla 8. Porcentaje de demanda de los servicios relacionados con actividades en el entorno natural.

CTC PIEDRA BLANCA	13,32%
CTC SANTA RITA	9,79%
CTC AYLLU AWARINA	8,83%
CTC COMUNA PALACIO REAL	8,19%
CTC COMUNA TOLTE	7,22%
CTC AMARUN PAKCHA	7,22%
CTC ORG. COMUNITARIA DE DESARROLLO TURISTICO LAGO VERDE	6,58%
CTC SINCHI WARMI	6,58%
CTC COMUNA PONDOA	6,26%
CTC ECOALDEA SHANDIA	5,78%
CTC SINCHI PURA	4,98%
CTC SHIRIPUNO	4,49%
CTC QUILLA PACARI	3,37%
CTC SAN CLEMENTE	3,21%
CTC MATIAVI SALINAS	2,25%
CTC COMUNIDAD KICHWA UNION MUYUNA	1,93%
Total general	100,00%

Fuente: base de datos encuesta agosto-septiembre 2019.

La conformación del grupo de viaje estuvo marcada por el desplazamiento en grupos (parejas, familias o amigos) es lo más relevante. Las experiencias en estos CTC son para compartirlas en grupos, así se ofertan en los diferentes canales informativos de las comunidades. Además, aprovechan una característica del viajero doméstico del país que es el desplazamiento en familia, amigos o pareja.

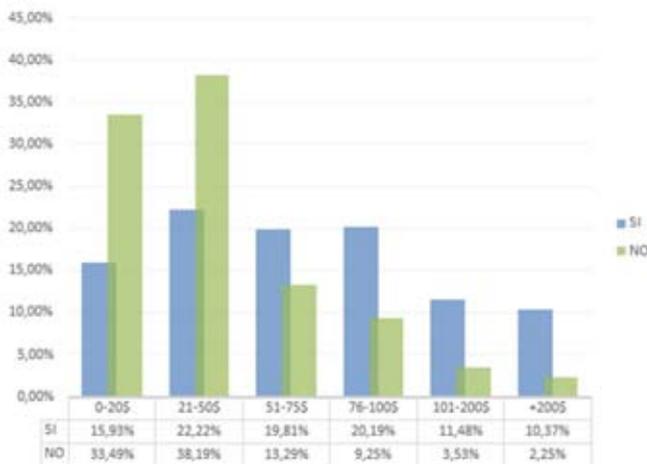
Figura 5. Conformación del grupo de viaje.



Fuente: base de datos encuesta agosto-septiembre 2019.

El gasto turístico difiere significativamente con quienes utilizaron servicios de alojamiento y quienes no lo hicieron. En la siguiente figura se observa que el promedio de gasto de quienes no utilizaron alojamiento se concentra mayoritariamente en los dos rangos más bajos, mientras que quienes se quedaron al menos una noche en la comunidad se reparten de forma similar en los cuatro primeros rangos, hasta los 100 USD por persona.

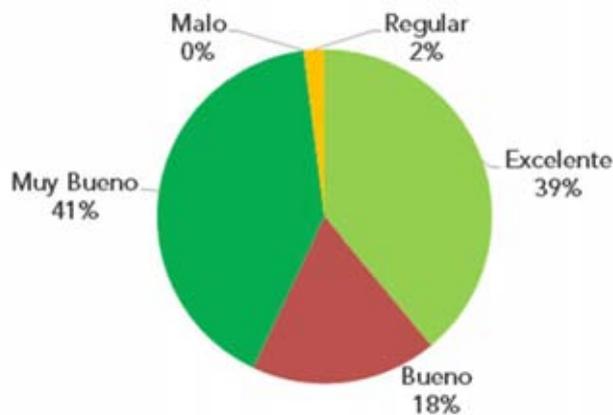
Figura 6. Gastos comparativos entre quienes utilizaron servicios de alojamientos, con excursionistas.



Fuente: base de datos encuesta agosto-septiembre 2019.

Un punto que destacar en la medición de satisfacción fue que en general un 98% de quienes fueron encuestados manifestaron estar positivamente impactados por la experiencia turística. Este dato muestra que luego de conocer la oferta rural comunitaria, la demanda se expresa de buena forma sobre los servicios recibidos, los lugares visitados, la guía y otros servicios relacionados con el producto.

Figura 7. Medición de satisfacción de los usuarios de los CTC Seleccionados.

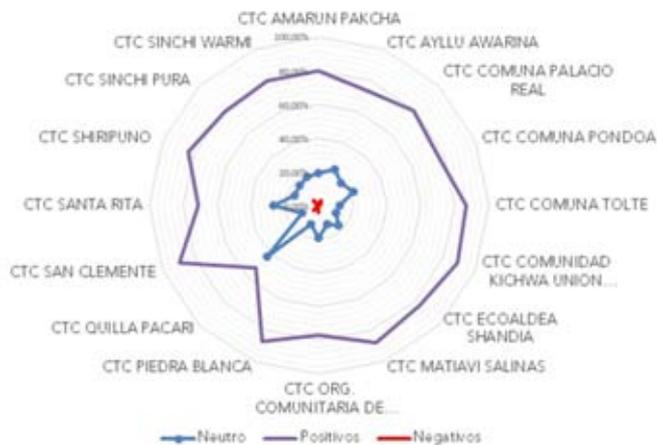


Fuente: Base de datos encuesta agosto-septiembre 2019.

De forma similar, a la pregunta sobre si repetirían la experiencia, el 97, 24% manifestó su disposición a regresar al CTC visitado o a otros con similares características. Muchos de quienes intervinieron en esta encuesta visitaron un CTC por primera vez (77,17%) lo que le otorga al producto comunitario un valor de innovación y novedad, que bien puede ser aprovechado. Al mismo tiempo coloca a la gestión pública en una posición de generar políticas y programas que visibilice la oferta rural, ayudando en este duro proceso a las comunidades que han invertido recursos en desarrollar esta oferta. Complementariamente, aquellas personas que manifestaron ya haber visitado otro CTC mencionaron varios nombres que son íconos de esta modalidad como: Agua Blanca, Yunguilla, Quilotoa, Shalalá, Salinerito, Saraguro, entre otros.

Finalmente, en una comparación entre el grado de satisfacción positivo con el negativo, manteniendo una escala neutra, se observa que en la mayoría de los CTC evaluados, lo positivo supera ampliamente a lo negativo. Este resultado refleja que los centros de turismo comunitario han avanzado mucho en desarrollar una oferta con calidad, que bien puede satisfacer la relación precio-beneficio esperada por los visitantes.

Figura 8. Comparación entre resultados positivos (Excelente y muy bueno), neutro y negativos (regular y malo) en todos los CTC evaluados.



Fuente: Base de datos encuesta agosto-septiembre 2019.

CONCLUSIONES

Los principales visitantes a los CTC son personas jóvenes y jóvenes adultos, mayormente ecuatorianos. Su procedencia está ligada a provincias aledañas y a las ciudades más grandes del país. No hay mayor diferencia entre el género de los visitantes y por su edad la mayoría son solteros. Existe un buen grupo de visitantes que están cursando o han terminado educación de tercer nivel.

Un buen porcentaje utiliza transporte privado, aunque también se evidenció el uso de transporte público y turístico. Los servicios más utilizados fueron los de Guianza y recreación, junto con los de alimentación, lo que muestra mayoritariamente que los visitantes fueron excursionistas. Marca una diferencia el visitante receptivo que si utiliza los servicios de alojamiento. Las principales actividades son mayoritariamente culturales: intercambio cultural, artesanías, degustación de alimentos, complementadas por actividades en la naturaleza y de práctica de deportes de aventura.

El grado de satisfacción es alto, con indicadores positivos que muestran una buena relación de precio/calidad. Sin embargo, esto abre la incógnita por estudiar, sobre cuál es la razón de que siendo un buen producto turístico no haya conseguido hasta el momento un buen posicionamiento dentro del mercado receptivo. Finalmente, cabe la pena resaltar que hay mucha uniformidad en la calidad del servicio, siendo notable que los CTC están listos para recibir y

atender a visitantes con altos estándares de calidad que fortalecen el desarrollo sostenible de sus territorios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Beeton, S. (1998). *Ecotourism: a practical guide for rural communities*. Melbourne: Landlinks Press.
- Berry, L., Bennett, D. y Bown, C. (1989). *Calidad de servicios, una ventaja estratégica para instituciones financieras*. Madrid: Díaz de Santos.
- Bervejillo, F. (1995). Nuevos procesos y estrategias de desarrollo. Territorios en la globalización. *Prisma*, 4.
- Bowling, M. (1992). Illinois rural tourism: Do rural areas benefit from increases in travel expenditures. *Small Town*, 22 (4), 19-26.
- Butler, R., Hall, M. & Jenkins, J. (1998). *Tourism and recreation in rural areas*. New York: John Wiley & Sons Ltd.
- Cabanilla, E. (2018). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Siembra*, 5(1), 121-131.
- Cardoso, C. (2006). Turismo sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El periplo sustentable*, (11), 5-21.
- Castro, W., y Godino, J. (2011). Métodos mixtos de investigación en las contribuciones a los simposios 1997 - 2010. *Investigación en Educación Matemática*, 99-116.
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en las Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Alcazaba.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 5 (3), 371-386.
- Colvin, J. (1996). *Ecoturismo indígena: El programa Capirona en la provincia de Napo*. Ecuador: FAO.
- Corporación provincial de turismo comunitario de Sucumbíos. CORTUS. (2014). Turismo comunitario. Recuperado de: <http://www.cortus.com.ec/>

- Di Pietro Paolo, L. J. (2001). *Hacia un desarrollo integrador y equitativo: una introducción al desarrollo local*. Desarrollo local, Buenos Aires: Ediciones CICCUS.
- Elkinton, L. (1990). Back road adventures: A private enterprise model for nature study on private and public land. *Proceedings of a conference, April 9-12, 1989*, Wheeling, West Virginia, 322-327.
- Epler, M. (1998). Ante el desafío global de la participación comunitaria en el ecoturismo: Estudios y lecciones del Ecuador. *América Verde*, documentos de trabajo, 2. Arlington: The Nature Conservancy.
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador FEPTCE. (2002). Estatuto de la federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador - FEPTCE. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Gomera, M. (1999). What governments can do for community tourism? *Community Tourism in Southern Africa: Guidelines for Practitioners*. Africa Resources Trust, 2.
- Grönroos C. (1994). *Marketing y gestión de servicios turísticos*. Madrid: Díaz de Santos.
- Heatherington, A. (1988). *Rural tourism: Marketing small communities*. Estados Unidos: Meta-Link.
- Jones, M. (1990). Rural tourism: Special marketing for a special place. *Rural Development News*, 14 (4), 4-5.
- Mantero, J. C. (2004). Desarrollo local y actividad turística. *Aportes y Transferencias*, 8(1), 11-38
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2002). *Reglamento presidencial sobre ecoturismo*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2009). *Instructivo para registro de centros turísticos comunitarios*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Oficina Internacional del Trabajo. OIT. (2005). *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario*. Ginebra. OIT.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (1980). *Declaración de Manila*. España: OMT.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (1985). *Carta del turismo*. España: OMT.

- Organización Mundial del Turismo (OMT). (1999). *Código de ética del turismo*. España: OMT.
- Organización Mundial de Turismo. (2015). *Definición de turismo sostenible*. España: OMT.
- Organización Mundial de Turismo. (2015). *El turismo y los objetivos de desarrollo sostenible*. España: OMT.
- Page, S. & Getz, D. (1997). *The business of rural tourism*. Londres: International Thomson Business Press.
- Pearce, P., Moscardo, G. & Ross, G. (1996). *Tourism community relationships*. Oxford: Elsevier Science.
- Potts, T. (1994). *Developing naturally: An exploratory process for nature-based community tourism*. Estados Unidos: Cooperative Extension Service, Clemson University.
- Realpe y Benítez (2015). Perfil del turista que ocupa la planta hotelera de Otavalo, provincia de Imbabura. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*. 11 (2), 105-135.
- Ruiz, E. y Solís, D. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social*. Ecuador: Abya Yala.
- Schaller, D. (1995). *Indigenous ecotourism and sustainable development. The case of Rio Blanco, Ecuador*. Master Thesis, University of Minnesota, Estados Unidos.
- Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires. (2014). *Turismo comunitario en Buenos Aires*. Recuperado 12/06/2019 de <http://www.turismo.gba.gov.ar/accesible/turismocomunitario.php?id=2>
- Smith, R. (1993). *Drama bajo el manto amazónico*. Ecuador: Abya Yala.
- Smith, R. (2003). *Manual de ecoturismo para la amazonía ecuatoriana*. Ecuador: Abya Yala.
- U.S. Department of Commerce. (1989). *National policy study on rural tourism and small business development: Final report*. Vienna, Virginia: Economics Research Associates.

Weaver, G. (1986). Tourism development: A potential for economic growth. New dimensions in rural policy: building upon our heritage. Estados Unidos: Subcommittee on Agriculture and Transportation of the Joint Economic Committee.

Wunder, S. (1996). *Ecoturismo, ingresos locales y conservación*. Ecuador: IUCN & Abya Yala.

Zeppel, H. (2006). *Indigenous ecotourism: sustainable development and management*. Ecotourism Series, Ed.3. Cambridge: Cabi.

CONDOMINIOS: INDICADORES DEL CAMBIO DEL POST-TURISMO. EL CASO DE PUCÓN, CHILE.

Jessica R. Wojtiuk*

Adriana M. Otero**

CEPLADES
Facultad de Turismo
Universidad Nacional del Comahue

CONTACTO

*  [0000-0002-2441-7092](https://orcid.org/0000-0002-2441-7092)
 wojtiukjessica@gmail.com

**  [0000-0002-3875-070X](https://orcid.org/0000-0002-3875-070X)
 oteroadrianamaria@gmail.com

Cita recomendada (APA 6ta ed.)

Wojtiuk, J., y Otero, A. (2020). **Condominios: Indicadores del cambio del post-turismo.** *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 18(1), 53-73.

Recibido: 17/10/2019

Aceptado: 17/03/2020

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo interpretar como el turismo encubre el negocio inmobiliario y genera efectos regresivos en términos del desarrollo local en una localidad de montaña del sur de Chile. Para dicho fin, se toma a los condominios como indicadores del cambio en el marco del post-turismo. El post-turismo puede ser definido como un proceso de transición residencial y reconversión de los destinos turísticos. La transición residencial consiste en elecciones de radicación residencial de la población activa y retirada que migra a nuevos lugares de residencia más amenos y coherentes con el estilo de vida que pretenden, lugares que muchas veces son destinos turísticos.

El estudio se aplicó en Pucón, relevando 18 condominios, con un enfoque exploratorio descriptivo, a través de entrevistas semi estructuradas.

Esta localidad es uno de los destinos de montaña más atractivos del sur de Chile para turistas nacionales e internacionales y, el cual ha sido elegido por muchos migrantes de amenidad como segunda residencia y/o como inversión. Esto ha generado un incremento en la especulación del negocio inmobiliario, conjuntamente con la aparición de procesos de segregación urbana. Los resultados dieron cuenta que si no se modifican las políticas de uso del suelo y no se trabajan las consecuencias en la competitividad sustentable como destino turístico, Pucón profundizará en la sombra del turismo por la especulación inmobiliaria.

PALABRAS CLAVE

Post-turismo - migración de amenidad - sombra del turismo - negocio inmobiliario.

CONDOMINIUMS: INDICATORS OF POST-TOURISM CHANGE. THE CASE OF PUCON, CHILE.

Jessica R. Wojtiuk*

Adriana M. Otero**

CEPLADES
Tourism School
National University of Comahue

CONTACT

*  [0000-0002-2441-7092](https://orcid.org/0000-0002-2441-7092)
 wojtiukjessica@gmail.com

**  [0000-0002-3875-070X](https://orcid.org/0000-0002-3875-070X)
 oteroadrianamaria@gmail.com

Recommended citation style (APA 6ta ed.)

Wojtiuk, J., y Otero, A. (2020). **Condominios: Indicadores del cambio del post-turismo.** *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 18(1), 53-73.

Received: 17/10/2019

Accepted: 17/03/2020

ABSTRACT

This paper aims to interpret how tourism conceals the real estate business and generates regressive effects in terms of local development in a mountain town in southern Chile. For this purpose, condominiums are taken as indicators of change in the post-tourism framework. Post-tourism can be defined as a process of residential transition and conversion of tourist destinations. The residential transition consists of residential residence elections of the active and retired population that migrate to new places of residence more enjoyable and consistent with the lifestyle they seek, places that are often tourist destinations.

The study was applied in Pucon, relieving 18 condominiums, with a descriptive and exploratory approach, through semi-structured interviews.

This town is one of the most attractive mountain destinations in southern Chile for national and international tourists and, which has been chosen by many amenity migrants as a second residence and / or as an investment. This has generated an increase in real estate business speculation, together with the emergence of urban segregation processes. The results realized that if the land use policies are not modified and the consequences on sustainable competitiveness as a tourist destination are not worked, Pucon will deepen the shadow of tourism due to real estate speculation.

KEYWORDS

post-tourism - amenity migration - tourism shadow - real estate business.

INTRODUCCIÓN

El presente artículo tiene como fin ahondar acerca de la incidencia que tienen los migrantes de amenidad en el crecimiento y expansión de Pucón (Chile), mediante el incremento de la construcción de condominios, los cuales están modificando hoy en día la imagen del destino.

Dicha comuna es uno de los destinos turísticos de montaña más importantes de Chile, por contar tanto con atractivos culturales como naturales, los cuales captan a turistas nacionales e internacionales durante todo el año, poniendo énfasis en segmentos con importantes ingresos económicos. Debido a sus particularidades, Pucón experimenta presiones por parte de los negocios inmobiliarios, los cuales incrementan proyectos relacionados al proceso de expansión de primera y segunda residencia. Estos procesos de expansión y de migración de amenidad, ejercen una amenaza al patrimonio del lugar, afectan a zonas consideradas frágiles desde el punto de vista ambiental y resultan regresivas para el desarrollo local.

Según Zunino e Hidalgo (2010) la mayoría de los migrantes de amenidad se ubican en condominios (los de mayor nivel económico) o en residencias situadas en subdivisiones de predios rústicos (personas con menor poder adquisitivo). A partir de ello se establece una relación entre los cambios en la morfología urbana y la migración por amenidad, ya que estos migrantes son uno de los factores concurrentes en la conformación paulatina y gradual de la "ciudad postmoderna", caracterizada por fragmentación socio-espacial, crecimiento vertical, y la emergencia de "artefactos de globalización" que imitan a aquellos existentes en otras latitudes, como grandes centros comerciales y cadenas de supermercados de alcance nacional e internacional.

FUNDAMENTACIÓN

El desarrollo del turismo involucra diferentes tipos de movilidades, tales como de personas, objetos, capitales, recuerdos, emociones, tecnologías, etc. Sin embargo, estas movilidades contienen riesgos para las comunidades locales en cuanto a cambios culturales, paisajísticos y medioambientales.

Pucón es uno de los principales destinos turísticos que atrae a turistas durante todo el año. Su patrimonio turístico se compone por una combinación de lagos y montañas, formaciones termales, volcanes y vegetación nativa presentes tanto en Parques como en Reservas Nacionales. Estas características por un lado, generan condiciones favorables para la especulación inmobiliaria, la cual atrae a importantes inversores, quienes invierten en suelo para crear nuevos espacios residenciales y por otro lado, hacen atractivo al lugar para los

migrantes de amenidad, cuya presencia repercute en el destino y en la sociedad.

Los asentamientos y el incremento de la construcción y ventas de tierras en los alrededores de la comuna por el uso especulativo del suelo, generan impactos y transformaciones en el destino, llevando a la pérdida de espacios públicos, ejerciendo presión sobre el patrimonio y contribuyendo en la conformación de una ciudad difusa, la cual es resultado de un proceso de fragmentación de la tierra rural con el fin de desarrollar nuevos modelos de urbanización (González, Otero, Nakayama y Marioni, 2009). A su vez, como Pucón se encuentra en las zonas bajas de las montañas, con el incremento de la construcción, se generan impactos negativos en las visuales paisajísticas, las que son fácilmente degradables y difícilmente recuperables.

En cuanto a las modificaciones que se producen por los procesos de migración de amenidad, el gobierno es el responsable de alentar inversiones privadas, pensando muchas veces (como plantea Moss (2006, p.20)) que “todo crecimiento es bueno”, sin tener en cuenta cómo esas inversiones, pueden causar efectos adversos a la comunidad y al medio ambiente. Por otra parte, es interesante considerar que: “Este tipo de inversiones que son destinadas a los destinos de montaña, no siempre garantizan fuentes de empleo genuinos, ni son válidas para proteger sus recursos comunes” (González, 2016, p.4).

En los últimos años, la inversión inmobiliaria en destinos de montaña es promovida y fomentada por el gobierno local, atrayendo así a migrantes en busca de diversos intereses, incentivos y motivaciones.

Dado que los casos de estudio sobre los procesos de migración de amenidad en Pucón, Zunino y Hidalgo (2010), Zunino, Hidalgo y Marquardt (2011), Zunino; Hidalgo & Zebryte (2013), Zunino & Zebryte (2015), Zunino, Espinoza y Vallejos (2016) no han documentado la situación de los condominios utilizados como primera o segunda residencia, el objetivo de este estudio es analizar e interpretar como el turismo encubre el negocio inmobiliario y genera efectos regresivos en términos del desarrollo local; dado que el negocio inmobiliario y la expansión de la construcción son un tema central en la competitividad sustentable del destino.

ENCUADRE TEÓRICO

El post-turismo

Las diversas transformaciones que experimentó la sociedad en los últimos años, han incidido determinantemente en la estructura y funcionamiento del turismo (Molina, 2006). Al mismo tiempo que el mundo fue experimentando

cambios globales, el turismo se fue transformando hasta convertirse en algo primordial en las personas, llegando a confundir al turismo con los hábitos comunes de la vida cotidiana.

Según González et al (2009) el post turismo, entendido como proceso de transición, incluye nuevas estrategias residenciales de la población activa y retirada, e implica un cambio de estatus en las áreas y en las prácticas turísticas en el contexto de globalización y posmodernidad. Dicho autor hace referencia a que el post-turismo da lugar a la búsqueda de continuidades entre las prácticas recreativas, sociales, culturales, espaciales de las vacaciones y de la vida cotidiana, la turistificación de los lugares comunes, el turismo experiencial, el salirse de los límites tradicionales del turismo a través de prácticas híbridas que mezclen cuestiones profesionales, humanitarias y viaje, entre otras alternativas.

La migración de amenidad

La migración de amenidad conforma una tendencia social a escala mundial, la cual según Moss (2006), es "la migración llevada a cabo por personas que habiendo sido turistas en un destino, deciden regresar a él ya no para visitarlo, sino para constituirse en habitantes del mismo" (p.80). La duración en el destino puede ser estacional o permanente. En un sentido más general, estos migrantes corresponden a un sector de la población con alto nivel educativo, quienes aspiran a un modo de vida distinto. Por esto, muchos migrantes renuncian a mejores salarios mientras terminan de acomodarse en el nuevo lugar de residencia, sin tener la necesidad de tener que encontrar un empleo rápidamente (Stewart, 2002).

Cabe destacar que los centros turísticos de montaña y las zonas lacustres son los destinos más elegidos por estos migrantes. Por lo que, dicha migración puede ser una oportunidad como también, una amenaza para mantener la integridad ecológica de las montañas y de sus poblaciones (Moss, 2006).

El turista de segunda residencia y el desarrollo de negocios inmobiliarios

El turismo forma una pantalla para la realización de distintos negocios, como el inmobiliario. El capitalismo global comenzó a poner énfasis en estos negocios, los cuales forman una dinámica fundamental del crecimiento, de la reestructuración y/o de la reproducción de espacios y de las sociedades del mundo moderno. A partir de esto, el sector inmobiliario, que en el pasado operaba con carácter local, en la actualidad pasó a hacerlo a escala mundial, haciendo que los principales inversores tengan un acercamiento internacional a la inversión inmobiliaria, la cual genera impactos sobre las estrategias, los valores y los mercados (De Mattos, 2007).

La decisión de migrar generalmente es acompañada de la decisión de invertir en construcción o viviendas, para iniciar una nueva vida en el destino o adquirir una segunda residencia, la cual pueda ser elegida para vivir permanentemente (McIntyre, 2012). Esto hace que el turista de segunda residencia acumule experiencias y vivencias al igual que un residente, a través de sus reiteradas visitas al lugar elegido.

Según González et. al (2009), las movilidades de imágenes, personas, objetos y emociones, generan efectos en los destinos turísticos, concretamente en sus comunidades. Estos destinos responden a todos los cambios que son generados por el turismo, a través de su "puesta en valor como lugares en juego", con el negocio y la especulación inmobiliaria. Dicha especulación conlleva grandes problemáticas en el desarrollo de los centros turísticos, debido a que suelen exponerse como atracciones con la finalidad de realizar inversiones a cualquier costo, sin tener en cuenta las consecuencias para el lugar y la comunidad.

La sombra del turismo: consecuencias provocadas por las migraciones

Muchas de las inversiones inmobiliarias se materializan en barrios cerrados, como condominios, colaborando en incrementar las diferencias sociales entre la población y generando un perfil socioeconómico heterogéneo de proyección territorial conflictiva (Salas, 2014). Por esto, las migraciones de amenidad, en muchas ocasiones, se consideran como una sombra del desarrollo turístico (Otero, y González, 2012), debido a que mientras turistas y migrantes disfrutan de los beneficios de las diversas movilidades, los residentes comienzan a experimentar desmovilizaciones de distinto tipo. Siguiendo a Salas, con el proceso de desmovilizaciones, también comienzan a darse desplazamientos de carácter social, económico e incluso de naturaleza psicológica de los antiguos residentes.

Por otro lado, el valor inmobiliario de la tierra fue perdiendo cualquier tipo de referencia. Anteriormente, los precios del suelo los determinaba la productividad de la tierra, hoy, los objetivos de compra son especulativos y/o recreativos más que productivos. Por lo que, el valor se fija de acuerdo a otros parámetros que van desde la cercanía a algún espejo de agua, lo agreste del paisaje, la "moda" del lugar, entre otras alternativas, las cuales en términos productivos no son tan relevantes (Otero y González, 2012).

Condominios: una forma de segregación social

Uno de los cambios más significativos en diversas ciudades latinoamericanas, fue la proliferación de condominios (Hidalgo, Álvarez y Salazar, 2008). La expansión de estas construcciones refleja como la ciudad se comienza a construir

de fragmentos, muchas veces desconectados entre sí, ya que estos espacios, son unidades urbanas que aparecen como partes de la ciudad, desconectadas físicamente del espacio urbano tradicional. Dichas construcciones son lugares cada vez más segmentados y separados de la urbe, caracterizados por vigilancia, barreras, garitas, siendo exclusivos y excluyentes (Hidalgo, 2004).

En Chile, existen dos modalidades predominantes de construcción de viviendas. La primera se relaciona con las unidades que generan los promotores privados, como condominios y, la segunda corresponde a las residencias que construye el Estado para los grupos socioeconómicos medios/bajos. Ambas modalidades conforman los ejes a través de los cuales se construye la actual geografía social de Chile y las alternativas ofrecidas por los agentes inmobiliarios a los diversos estratos sociales. Cabe aclarar, que los condominios comenzaron a surgir a principios de este siglo y tienen la finalidad de intentar explotar las bellezas paisajísticas de muchos destinos turísticos, como los cuerpos de agua u otros factores que generan atraktividad, como bosques o barrios con riqueza patrimonial del punto de vista cultural. Estas condiciones de atraktividad resultan el componente central donde radica la posibilidad de ofertar productos inmobiliarios de carácter exclusivo y competitivamente diferenciados.

PUCÓN COMO CASO DE ESTUDIO

Pucón es una comuna de la Provincia de Cautín, emplazada en la IX Región de La Araucanía, Chile. Se encuentra ubicada a los pies del Volcán Villarrica, a 100 km de su capital regional Temuco y a 870 km de Santiago de Chile. A 90 km se encuentra el paso fronterizo con Argentina, denominado "Mamuil Malal". Dicha comuna se emplaza en la pre-cordillera en medio de lagos, ríos, parques nacionales y termas, convirtiéndose en el destino óptimo para quienes buscan descanso, entretenimiento, adrenalina y naturaleza. Actualmente, es un centro de turismo de aventura conocido por el acceso a rutas de senderismo, deportes acuáticos, esquí, snowboard, etc.

Hay grandes diferencias entre la época estival e invernal. Durante ambas épocas, la actividad turística domina el quehacer ciudadano, copando la oferta hotelera y haciendo que la ciudad adquiera un carácter cosmopolita, ya que se entremezclan diversos idiomas y costumbres, dando vida a un ambiente eclético.

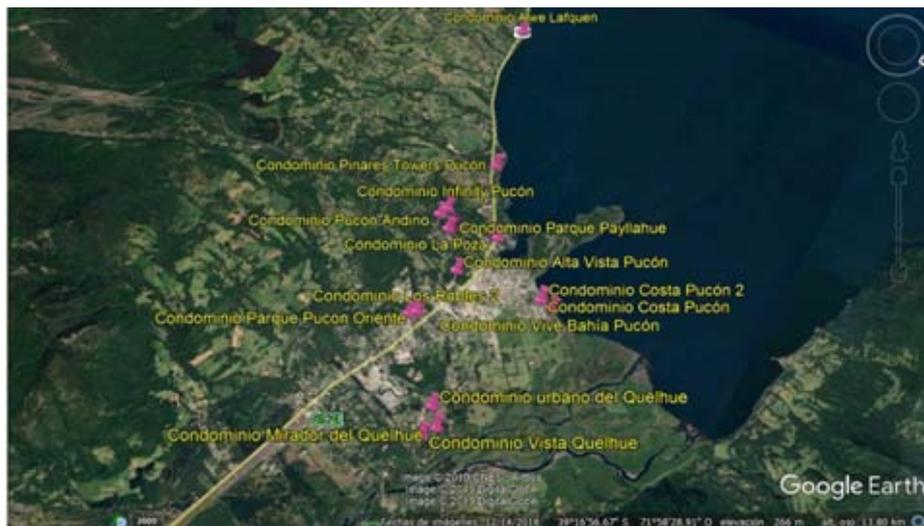
Es dable destacar, que junto con el incremento de la actividad turística y residencial, los negocios inmobiliarios para usos de primera y segunda residencia, se fueron materializando con fuerza. Todas estas modalidades residenciales están abiertas para los migrantes que eligieron a Pucón como su nuevo hogar (Zunino, Hidalgo y Zapata, 2011). Por un lado, se visualiza una disposición idílica en el destino, donde conviven turistas de elite, una pequeña

pero influyente elite intelectual-financiera, migrantes en búsqueda de nuevos estilos de vida y artistas alternativos; y, por otro lado, en la periferia urbana, existen complejos de vivienda social segregados, los cuales exhiben carencias materiales evidentes y se encuentran alejados del epicentro de la actividad turística.

METODOLOGIA

Se desarrolló una investigación cualitativa, con alcance exploratorio y descriptivo. La unidad de análisis fueron los condominios de Pucón inaugurados a partir del año 2016 y la unidad de relevamiento fueron los encargados y/o gerentes de venta de cada condominio. A estos informantes clave, elegidos a través de un muestreo no probabilístico intencional, se les realizaron entrevistas semi-estructuradas. Esta técnica de recolección se complementó con una búsqueda bibliográfica (general y específica), y de antecedentes. Con el fin de segmentar los condominios en funcionamiento a partir del año 2016 se consultaron fuentes secundarias y se realizó un relevamiento de información en la web relativa a proyectos inaugurados en los últimos años. La muestra se conformó por 18 condominios, conforme se aprecia en la figura 1. La información recopilada se procesó mediante un análisis de contenido, para lo cual se consideraron los datos más representativos de categorías analíticas establecidas previamente, además de realizar una triangulación de datos, teórica y metodológica.

Figura 1. Imagen panorámica de la ubicación de los condominios seleccionados en la muestra- Pucón (Chile).



Fuente: elaboración propia en base a Google Earth.

RESULTADOS

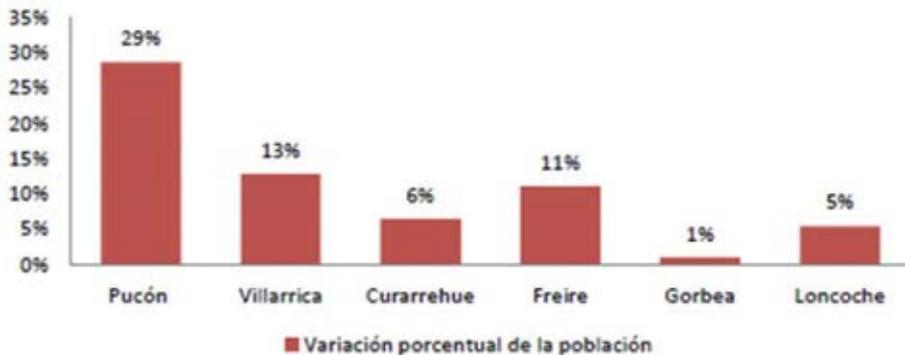
Los lagos se consolidan dentro de la oferta inmobiliaria

Entre los lugares con mayor valor para una segunda vivienda, destacan Pucón y Villarrica, con precios promedio de 23 UF/m² y 16 UF/m², respectivamente, frente a un promedio general de 7 UF/m². Esto refleja el creciente interés por la zona lacustre del sur de Chile para adquirir una vivienda para vacacionar y/o para inversión (Diario Financiero, 2018).

A partir del relevamiento realizado, se puede afirmar que Pucón se ha convertido en un polo importante para el mercado inmobiliario. Los proyectos inmobiliarios han tenido un crecimiento explosivo. Esto va de la mano con el aumento de la población. En 5 años se ha incrementado de 22.168 habitantes (según INE, censo del 2012) a 28.523 (según INE, censo del 2017), por lo que la población creció un 28,66%.

Para poder reflejar este crecimiento acelerado respecto a otros destinos, se lo compara en la figura 2 con otras 5 comunas de la provincia de Cautín, y en otra (figura 3) con 6 comunas de distintas regiones del país. En ambas figuras se ve reflejada la variación porcentual de la población, comparando el censo del 2017 con el censo del 2012. En la primera figura se puede apreciar como las comunas tienen una variación poblacional entre el 1% y el 13% en 5 años, mientras que Pucón alcanza el 28,66%. En la segunda figura, se visualiza como los otros destinos varían entre un 1,25% hasta un 10,96%, en el mismo tiempo, reflejando que Pucón aun así posee un crecimiento mayor respectivamente a otros destinos, siendo éstos, destinos también exclusivos.

Figura 2. Variación porcentual de la población de 2017 vs 2012 de 6 comunas de la provincia de Cautín.



Fuente: elaboración propia.

Figura 3. Variación porcentual de la población de 2017 vs 2012 de 6 comunas de distintas regiones de Chile.

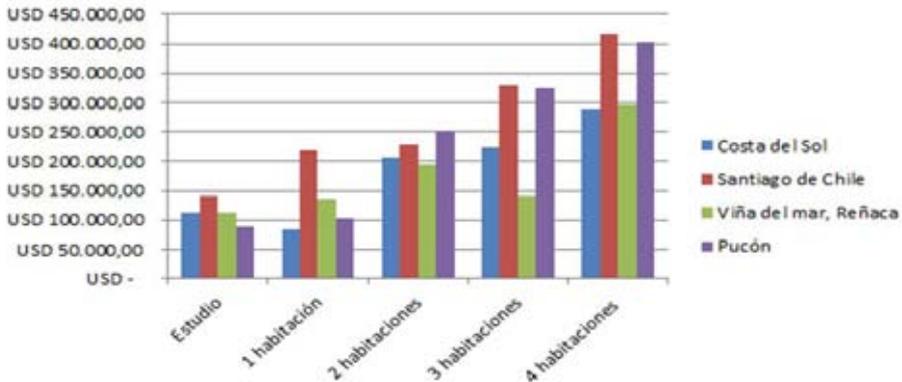


Fuente: elaboración propia.

Los precios de venta en Pucón son similares a los de Santiago de Chile. Según información vertida por los agentes de ventas de Pucón, el destino puede alcanzar una plusvalía muy alta, principalmente en los alojamientos ubicados en las costas del lago Villarrica. A continuación, en la figura 3 se hace un análisis comparativo de precios de condominios, con otros destinos exclusivos como: La Costa del Sol, (España); barrio Las Condes (Santiago de Chile); Viña del Mar y Reñaca (costa chilena) y Pucón.

Para su cálculo se obtuvieron los precios de venta en el mercado de departamentos tipo estudio y con un, dos, tres y cuatro dormitorios, teniendo características similares a los de Pucón (en barrios cerrados y con amenidades en áreas comunes). Se puede observar que comparativamente, Pucón y Santiago de Chile son los más caros: al igual que Pucón, los precios en Santiago aumentaron considerablemente en estos últimos años. Además de ser destinos exclusivos, las alzas en los precios pueden estar relacionadas con la gran facilidad de obtener un crédito hipotecario, tanto para chilenos como para extranjeros. El Banco Estado otorga créditos y diferentes posibilidades para que extranjeros compren viviendas e inviertan en el país. El Banco Santander, en febrero de 2019 lanzó el servicio de "hipotecarios express", créditos hipotecarios con una baja tasa de interés y rápidos, ya que los trámites para acceder al otorgamiento de préstamos son sencillos. Por otro lado, cualquier extranjero puede comprar en el país, ya sea por medio de cheques, tarjetas de crédito, depósitos bancarios o efectivo. Las cuotas pueden ser pagadas por terceros, ya que sólo se necesita la firma del titular al momento de escriturar. No es necesario tener residencia ni doble nacionalidad en el país para los beneficios de financiamiento por parte de las instituciones crediticias.

Figura 4. Comparación de precios en dólares según habitaciones y destino.



Fuente: elaboración propia en base a las siguientes fuentes:

www.granmanzana.es; www.elbarrio.cl; www.portalinmobiliario.com e www.idealista.com.

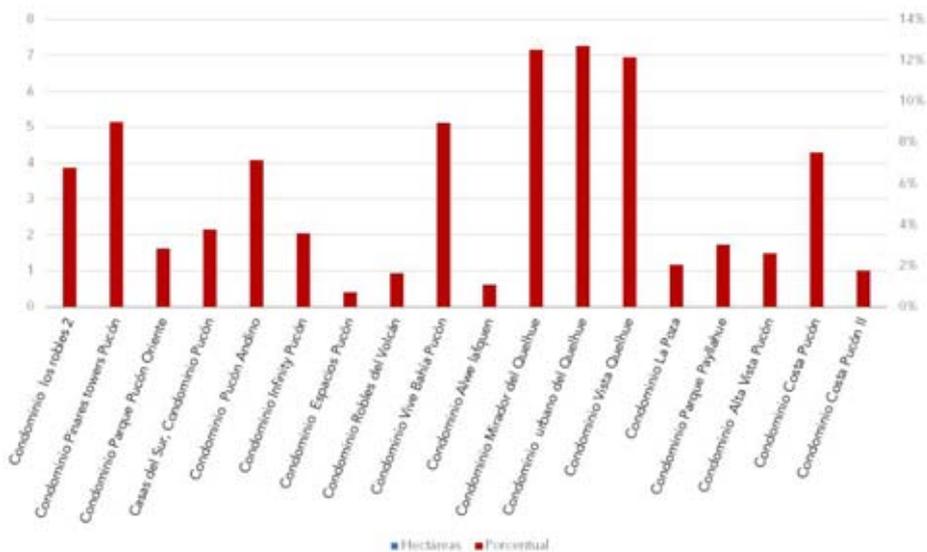
Condominios relevados

A partir de los condominios relevados, se puede dar cuenta de las transformaciones territoriales que han generado y las consecuencias sociales relacionadas con el proceso de contra-urbanización, generando ciudades difusas. Esto se debe a la proliferación de proyectos en funcionamiento, como también los proyectos pensados a futuro de nuevos barrios cerrados, fragmentando la tierra rural por el establecimiento de múltiples desarrollos similares. Como se puede ver a continuación, los complejos urbanísticos de la muestra están ubicados en distintos puntos de Pucón, generando nuevos sectores privilegiados, comenzando a denominarse como el “nuevo barrio” a los que quedan tanto camino al volcán como a Villarrica; reduciendo los espacios periurbanos como rurales y segregando a residentes según su nivel adquisitivo. Esto fragmenta la ciudad y disminuye en gran medida los espacios públicos y sus accesos.

Pucón cuenta con una superficie neta de 537 hectáreas. En la Figura 5 se visualiza la cantidad de hectáreas que ocupa cada condominio y su respectivo porcentaje: el total de hectáreas ocupadas entre los 18 condominios suman 55,88 has, un 10.40% respecto al total de la superficie neta del ejido urbano. Cabe destacar que solo se relevaron 18 condominios de una totalidad de 40. Haciendo una inferencia respecto al universo de condominios, la superficie neta ocupada por los condominios en el ejido urbano alcanzaría un 23% del mismo.

Este proceso inmobiliario ha dado lugar a importantes modificaciones sobre el paisaje. El emplazamiento de zonas urbanas y parcelaciones habitacionales, son los principales factores que configuraron el territorio, destacándose los

Figura 5. Superficie en hectáreas por condominio de la muestra.



Fuente: elaboración propia.

hoteles y condominios como iconos de una imagen de ciudad global en el paisaje de la localidad, los cuales generan un impacto visual y perturbación en la percepción del entorno natural que tiene Pucón. Ya sea por el deseo de privacidad, seguridad, tranquilidad, inversión, entre otras necesidades, se constituyen en sí mismos en una materialización de distinción social, a partir de la creación de ambientes tranquilos y confortables, lejos de los peligros de los que huyen sus moradores.

El paisaje urbano tiende cada vez más a fragmentarse por dichos recintos privados, los cuales generan límites confusos e imprecisos, como es el caso de los condominios ubicados frente al lago, en donde privatizan los accesos públicos disponibles en la playa. Estos fragmentos, generan una ciudad en "patchwork" que alienta los procesos de segregación urbana e inequidad social en términos espaciales.

Es posible hablar de una ciudad que está camino a convertirse en una ciudad entre muros que divide mundos que se desarrollan en distintas velocidades.

La sombra del turismo

La necesidad de suelo para el desarrollo de los condominios en los lugares de mayor atractividad turística ha generado un desplazamiento de la población hacia lugares más periféricos e incluso a otras localidades. Pucón se ha

convertido en una especie de negocio en sí mismo, donde la ciudad y el espacio urbano en su conjunto son un negocio para los grupos inmobiliarios, que ven la oportunidad de seguir multiplicando proyectos urbanísticos de condominios, los cuales atraen a nacionales y extranjeros. Esto genera especulación inmobiliaria, incrementando el precio de la tierra, la cual es inaccesible para personas de clase media/baja.

A su vez, lo que está ocurriendo en la comuna es un proceso de reconversión urbana. Para respaldar este argumento, en el centro y alrededores se visualizan predios que están destinados a proyectos de condominios que se encuentran con obras de construcción. A partir de ello, se puede inferir que se produce un proceso de desplazamiento constante de estratos sociales más bajos, dando lugar a urbanizaciones para estratos medios/ altos, quienes suelen hacer uso de estos alojamientos como segunda residencia o como inversión. Esto desencadena inconvenientes que cambian la fisonomía de la comuna y sobre todo, se produce una pérdida de identidad en la zona. Esto remite a lo que Otero y González (2012) describen como procesos asociados a la sombra del turismo. Es decir procesos de asimetría entre las condiciones de vida de los residentes originales y los nuevos residentes, todos ellos catalizados a través de las transformaciones que el turismo y las nuevas modalidades traen aparejados. Esto último se refleja en que mientras turistas y migrantes disfrutaban de los beneficios de las diversas movilidades, los residentes comienzan a experimentar desmovilizaciones de distinto tipo, sobre todo en el sector laboral. Esto se evidenció en las entrevistas realizadas, ya que generalmente, en la mayoría de los puestos operativos trabajaban residentes (exceptuando algunos casos), y en otros puestos, como es el puesto de gerente de ventas, estaban ocupados por nuevos residentes, provenientes de distintos lugares.

Desde el punto de vista ambiental interesa evaluar el grado de eficiencia y eficacia de los condominios como opción de alojamiento en el destino. Es interesante la relación que arrojan los resultados en cuanto a la cantidad total de departamentos de los condominios relevados y el número de departamentos ocupados permanentemente como primera residencia. En términos porcentuales, el 99% de los mismos se mantiene vacío gran parte del año y solo un 1% se ocupan todo el año. Dicho dato permite dar cuenta de la insustentabilidad de esta forma de alojamiento en términos de uso y de la transformación paisajística que supone. Extranjeros con buen nivel socio económico, y chilenos de distintos puntos del país, ven en el sector inmobiliario la oportunidad para realizar sus inversiones. La especulación y la inversión inmobiliaria hace que haya pisos vacíos, mientras se producen desplazamientos frecuentes de la población local para dar lugar a estos desarrollos urbanísticos, de los cuales en realidad el 99% de ellos pasan desocupados prácticamente todo el año, exceptuando la temporada invernal y estival, como también algunas fechas puntuales. Esto da cuenta de la baja densidad de población que muestra

esta forma de alojamiento en la actualidad en Pucón.

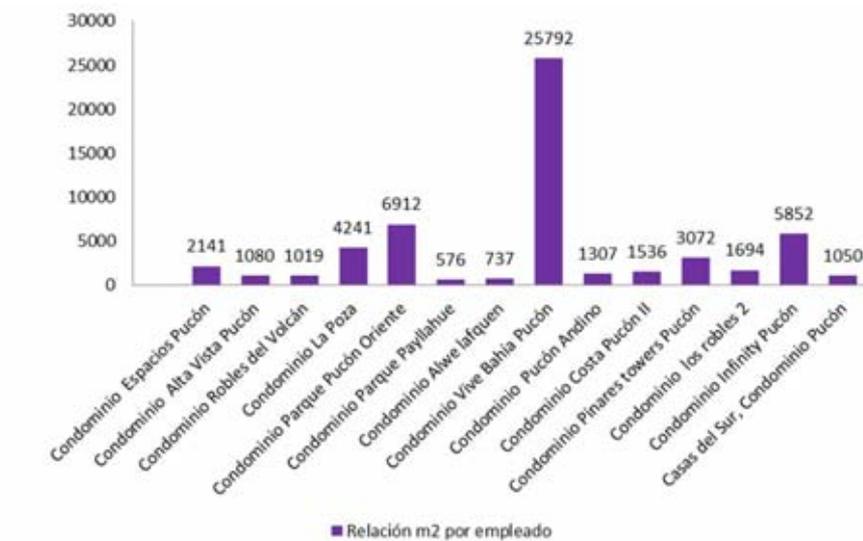
La sombra del turismo se ve reflejada en estas movilidades, las cuales utilizan los condominios como segundas residencias o como inversión. De manera que estos productos urbanos hacen inaccesible a un 10,4% (según la muestra) o a un 23% (si consideramos a la totalidad de condominios) del suelo de la ciudad para la gran mayoría de los residentes. A su vez, se generan cada vez más apropiaciones de bienes comunes, excluyendo del goce de los mismos al resto de la sociedad. Esta apropiación privada de bienes comunes internaliza plusvalías urbanas por parte de los desarrolladores, que se benefician con la posibilidad de ofrecer un uso exclusivo para sus clientes de las mismas. Todo esto da lugar a una creciente privatización del espacio público, ejerciendo presión sobre los bienes comunes, conformando progresivamente mayor cantidad de áreas de exclusión social. Y concomitantemente este tipo de alojamiento supone la generación de pocos puestos laborales una vez terminados y la escasa ocupación permanente de los mismos.

Estos condominios poseen como elemento diferenciador la inclusión de buenas vistas paisajísticas gracias a sus localizaciones estratégicas para una demanda de alto poder adquisitivo. Esta posibilidad sumada a las amenidades internas que ofrecen, hacen de ellos verdaderos destinos turísticos en sí mismos, ya que disponen de las comodidades necesarias para el disfrute del ocio, no resultando necesario salir de ellos. Esto demuestra que los condominios como concepto generan en este destino un efecto regresivo para el desarrollo local, convirtiéndose en una competencia muy fuerte para otros sectores y actividades turísticas del resto de la comuna.

Para demostrarlo, la cantidad de camas totales relevadas en los condominios de la muestra ascienden a 13.735. Ese dato, al extrapolarlo al universo de condominios (40) alcanzaría un total de 30.522 camas. A partir de dicho valor se puede apreciar que existe un gran desequilibrio, ya que el sector turístico funciona a partir de la generación de empleo, y estos productos urbanos no permiten una generación de empleos proporcional a las camas ofrecidas, como otros tipos de alojamientos turísticos.

A continuación se puede ver la relación que hay entre los m² de cada condominio por empleado (ver figura 6). Cabe destacar que en el caso del "Condominio Parque Pucón Oriente"; "Vive Bahía Pucón", "Infinity Pucón" y "Espacios Pucón" sólo se contabilizaron los empleados que hay en el área administrativa, ya que aún están en construcción. Estos valores muestran que los condominios constituyen una competencia para el sector turístico, ya que por cada barrio cerrado hay en promedio cinco empleados trabajando durante el año.

Figura 6. Relación entre m² de condominio por empleado de cada condominio



Fuente: elaboración propia.

Por lo tanto, en el marco del post turismo, la migración de amenidad en la comuna conjuntamente con la expansión de los condominios, generan efectos negativos y regresivos tanto para el destino como para la población local. Estas desmovilizaciones de población, se potencian con el negocio inmobiliario, el cual avanza aceleradamente, generando una suerte de sociedades paralelas en este destino de montaña.

Pucón es uno de los destinos más buscados por chilenos y extranjeros, por su combinación de lago, volcán y termas, resultando un destino muy atractivo. Una práctica común es que la compra de estas propiedades sea destinada al alquiler turístico con la intención de generar una renta a partir de los mismos. De manera que la mayoría de los condominios son utilizados como segunda residencia o como oferta de alojamiento a partir de su alquiler. Este incremento en el interés por el desarrollo inmobiliario por diversas razones, ha dado lugar a problemáticas locales y regionales derivadas de la falta de manejo del crecimiento. Entre ellas se puede citar la congestión en las calles, la escasez de rutas alternativas de acceso, el encarecimiento del suelo urbano, la sobrepoblación turística en ciertos momentos del año y la asimetría entre el tamaño de la ciudad y la población permanente de la misma, la falta de abastecimiento de servicio de luz y agua en los momentos de alta demanda, etc.

Entre las principales áreas de desarrollo inmobiliario están las del centro

de Pucón, las del camino a Villarrica, camino al Volcán, camino a Quelhue y camino a Caburgua. De acuerdo con datos otorgados por la consultora Collier International, todas las propiedades en las zonas lacustres de las regiones de La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos han incrementado su valor de manera constante. No solo ha crecido la cantidad de proyectos que se han desarrollado, sino que también han aumentado los precios de venta. En casi una década, los precios de viviendas en Pucón y Villarrica han tenido un aumento que va desde un 15%, el cual podría llegar hasta un 30% para los proyectos de mayor lujo localizados en las costas del lago Villarrica, terrenos que cada vez son más difíciles de conseguir. Los departamentos se distribuyen cercanos a la orilla de los lagos, ya sea en primera o segunda línea, dependiendo de la disponibilidad de terrenos, los cuales son cada vez más escasos o prácticamente inexistentes para cualquier tipo de desarrollo inmobiliario, por lo que se ha ido optando por desarrollar proyectos distanciados del lago para contar con mayor cantidad de hectáreas (Diario Emol, 2019).

Este aumento de precios hace que los valores de terrenos, los cercanos a orillas del lago, que antiguamente se vendían por parcelas desde 5.000 m², pasaran a ser valorizadas hoy en día en UF por m², duplicando o triplicando su valor en un período de 3 años aproximadamente. Vendándose a UF m², esas propiedades tienen un solo comprador: las inmobiliarias para desarrollar sus proyectos, los cuales son generalmente edificios en altura.

Esta situación está llegando a convertirse en un descontrol inmobiliario, en donde se otorgan autorizaciones para edificar por parte del municipio sin medidas de mitigación visibles, las cuales hacen ver a la comuna como un mal ejemplo de planificación urbana, poniendo énfasis en lo permisivo, antes que en el equilibrio. Así es como la comuna llegó a crecer y expandirse tanto en poco tiempo.

Por estas cuestiones, es evidente la presencia de conflictos entre los nuevos residentes y los pobladores locales, respecto al crecimiento y expansión de la comuna, ya que estos últimos pretenden que se detenga el crecimiento y la construcción de nuevas edificaciones por la pérdida de espacios abiertos y rurales para el uso residencial.

En cuanto a los efectos económicos, la migración de amenidad conlleva la creación de diversas actividades económicas, tanto de empleos independientes (muchas veces provienen del trabajo temporal o de negocios vinculados al turismo, como por ejemplo actividades de aventura) como dependientes en empresas o instituciones del Estado. Dichos migrantes varían desde jubilados a profesionales, quienes se trasladan desde las grandes áreas urbanas adquiriendo viviendas para primera o segunda residencia. Esto hace que los nuevos residentes requieran una serie de bienes (alimentos, materiales de

construcción, etc.) y servicios (jardineros, cuidadores, conserjes, etc.) que pueden ser realizados por la población local.

En lo que refiere a cuestiones medioambientales, debido a las construcciones de condominios, se ha producido la depredación indiscriminada de humedales en la ribera para la construcción de playas artificiales de dichos complejos cerrados.

Sumado a esto, en lo que respecta al factor socio-cultural, como los migrantes por amenidad desplazan a la población local en diferentes ámbitos, tanto residencial, laboral y social, acompañado por un incremento en el costo de vida.

CONCLUSIONES

Dada la importancia de Pucón como destino turístico de referencia tanto a nivel nacional como internacional es que el objetivo de este estudio ha sido analizar e interpretar como el turismo genera atraktividad para el desarrollo del negocio inmobiliario. Los resultados dan cuenta de las distintas dimensiones en que este proceso refuerza los aspectos regresivos de la sombra del turismo en el destino.

El constante aumento de los flujos de capital, de origen interno y externo y, el crecimiento de las inversiones, han generado un crecimiento desmesurado de la oferta inmobiliaria, acompañado por un constante aumento de los precios de la tierra y de los bienes raíces. Esto llevó al boom inmobiliario en Pucón y las inversiones inmobiliarias se han orientado a satisfacer los requerimientos de los sectores de mayores ingresos, materializándose en las demandas residenciales de desarrollos de condominios. En coincidencia a lo que ocurre en otras latitudes en situaciones similares, el precio de las propiedades en la comuna, según los resultados obtenidos, dependen no solamente de la localización, sino también de otros factores como los metros de orilla, superficie total, vistas, orientación, accesibilidad, las oportunidades que ofrecen los instrumentos de gestión urbana, etc.

Los resultados muestran las formas en que se manifiestan los procesos de especulación inmobiliaria en la figura de los condominios como producto urbano asociado a la segunda residencia y a su alquiler turístico. Su desarrollo ha implicado un sostenido aumento de la fragmentación de la localidad y la generación de marcadas diferencias en la configuración socio-territorial de la ciudad. Sumado a esto, se evidencia la sombra del desarrollo turístico, en que mientras turistas y migrantes disfrutaban de los beneficios de las diversas movilidades, los residentes comienzan a experimentar desmovilizaciones

de distinto tipo. En dicho proceso, existen fuertes disputas por el suelo, que da lugar a procesos crecientes de informalidad en el mercado del suelo. El crecimiento urbano avanza sobre zonas frágiles, bosque nativo, zonas no habilitadas, alejadas e incluso genera un mix de usos de diversos tipos de suelo, como por ejemplo la integración patch urbanos en áreas rurales, generando múltiples problemáticas que dan por resultado una ciudad desigual, fragmentada que provoca verdaderas sociedades paralelas.

Por las razones aludidas a lo largo de este trabajo la migración de amenidad en esta localidad es un facilitador entre otros factores del desarrollo de procesos de especulación inmobiliaria mediante la construcción de condominios como producto urbano. Esta reconversión residencial de Pucón es una característica de la etapa que transita como destino turístico, el post-turismo.

Los nuevos residentes establecen relaciones desiguales con los habitantes originarios, basadas en un mayor nivel educacional y/o poder adquisitivo y producto de la configuración de ciudad que resulta de los condominios como espacio intramuros. Los proyectos de barrios cerrados son un claro ejemplo del "efecto espejo" (González y Otero, 2009) que buscan sus compradores potenciales, ya que reproducen las costumbres, las comodidades y amenidades que tienen o tenían en sus antiguos lugares de residencia, caracterizadas por la seguridad, exclusividad, privacidad y el aislamiento.

Por otro lado, Pucón ha experimentado un crecimiento importante de la población y construcción en los últimos años. Los resultados dan cuenta de un patrón en el que cobra relevancia el incremento del negocio inmobiliario, que lejos de favorecer el desarrollo turístico, con el pretexto de captar los flujos migratorios en áreas de la comuna con un significativo valor paisajístico, generan graves repercusiones en ella. Esto permite cuestionar si Pucón es en realidad un destino turístico o un destino que proyecta sombras que permiten el libre juego del negocio inmobiliario.

Respecto a las consecuencias que está trayendo aparejado el post-turismo en esta localidad, puede denotarse que mientras que los condominios aumentan su número de ventas, las unidades que contienen quedan prácticamente vacías durante el año (exceptuando fechas específicas). Lo que genera una asimetría entre el tamaño de la ciudad, sus requerimientos de servicios y las oportunidades cotidianas potenciales que significarían del punto de vista social, cultural y económico el tener presente esa población de manera regular en el destino.

Y, si se evalúa este fenómeno del punto de vista ambiental, se evidencia una alta ineficiencia del "sistema ciudad" en generar un concepto de alojamiento "los condominios" como una oferta de habitaciones con un uso muy limitado

a lo largo del año. Su construcción implica además, la degradación y pérdida para el uso colectivo de espacios naturales comunes, tales como áreas de lago y bosque.

Es importante la reflexión colectiva en esta etapa que atraviesa Pucón, para tomar conciencia y llevar a cabo las medidas necesarias, generando diversos programas sociales destinados a mitigar las problemáticas descritas en beneficio de la población local. Los resultados de esta investigación permiten interpretar que si no se revierten las tendencias relativas a las políticas de uso del suelo de la ciudad, y sus consecuencias en la competitividad sustentable como destino turístico, esta localidad profundizará en el futuro próximo la sombra del turismo por la especulación inmobiliaria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

De Mattos, C. (2007). "Globalización, negocios inmobiliarios y transformación urbana". Revista Nueva Sociedad 212: 82-96.

Diario Financiero de Chile. (2018). "Segunda vivienda. El mercado eleva sus proyecciones". Recuperado el 10/02/2019 de <https://www.mq.cl/noticias/segunda-vivienda/>

Diario online Emol. (2019). "Estudio revela cuánto cuesta tener una propiedad a la orilla de un lago en el sur de Chile". Recuperado el 03/03/2019 de <https://www.emol.com/noticias/Economia/2019/02/13/937658/Estudio-revela-cuanto-cuesta-tener-una-propiedad-a-la-orilla-del-lago-en-el-sur-de-Chile.html>

González, R.; Otero, A.; Nakayama, L. y Marioni, S. (2009). "Las movilidades del turismo y las migraciones de amenidad: problemáticas y contradicciones en el desarrollo de centros turísticos de montaña". Revista de Geografía Norte Grande 44: 75-92.

González, R. (2016). Migración de amenidad y desarrollo turístico competitivo sustentable de destinos turísticos de montaña: Villa la Angostura y San Martín de los Andes, Provincia de Neuquén. Bahía Blanca.

Hidalgo, R. (2004). "De los pequeños condominios a la ciudad vallada: las urbanizaciones cerradas y la nueva geografía social en Santiago de Chile (1990-2000)". XXX (91), 29-52.

Hidalgo, R., Álvarez, L., y Salazar, A. (2008). "Expansión metropolitana y condominios cerrados en el área metropolitana de Santiago de Chile". Santiago de Chile.

- Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE). (2012), (2017). Censo de Población.
- McIntyre, N. (2012). "Movilidades, estilos de vida y mundos imaginados". En *La Sombra del Turismo. Movilidades y desafíos de los destinos turísticos con migración de amenidad*". Editado por Adriana Otero y Rodrigo González, 35-58. Neuquén: Editorial Educo.
- Molina, S. (2006). *El Posturismo. Turismo y posmodernidad*. México: Trillas.
- Moss, L. (2006). *The amenity migrants. Seeking and sustaining mountains and their cultures*. Wallingford: CABI.
- Otero, A. y González, R. (Eds.) (2012) *La sombra del turismo. Movilidades y desafíos de los destinos turísticos con migración de amenidad*. Neuquén (Argentina). Editorial Educo.
- Salas Kruteler, B. (2014). *Migración de amenidad e inversión inmobiliaria en destinos de montaña. Caso de estudio: Junín de los Andes*. Neuquén.
- Stewart, S. (2002). "Amenity migration", en Luft & Macdonald, S. (Eds.), *Trends 2000: Shaping the Future. 5th Outdoor Recreation & Tourism Trends Symposium*, Michigan, Department of Park, Recreation and Tourism Resources, Michigan State University, Lansing, pp. 369-378.
- Zunino, H. e Hidalgo, R. (2010). "En busca de la utopía verde: migrantes de amenidad en la comuna de Pucón, IX Región de la Araucanía, Chile". *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona, XIV (331). Recuperado de: <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-331/sn-331-75>
- Zunino, H.; Hidalgo, R. Y Marquardt, E. (2011) *Vivienda social y segregación espacial en la Ciudad de Pucón, Chile: entre el enclaustramiento y la integración con el hábitat turístico*. *Revista INVI*, Vol. 26, Vol. 71, p. 15-55.
- Zunino, H.; Hidalgo, R. & Zebryte, I. (2013) *Utopian Lifestyle Migrants in Pucon, Chile: Innovating Social Life and Challenging Capitalism*. In: JANOSCHKA, M. & HAAS, H. (Editors). *Contested Spatialities, Lifestyle Migration and Residential Tourism*. New York: Routledge, series on Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility, p. 113-125.
- Zunino, H. & Zebryte, I. (2015) *Pursuing the essence of existence: the daily quest of utopian migrants in the City of Pucon, Northern Patagonia*. In: Torkington, K.; David, I. & Sardinha, J. (Editors). *Practising the Good Life: Lifestyle Migration in Practices*. London: Cambridge Scholars Publishing, p. 67-85.

Zunino, H.; Espinoza, L. y Vallejos, A. (2016) Movilidades contemporáneas y agentes de transformación en la NorPatagonia Chilena. Revista de Estudios Sociales, Vol. 55, N° 1, p. 163-176.

PARADIGMA MIXTO Y LOS ESTUDIOS DE TURISMO. ENSAYO.

Zyanya María Villa Zamorano*
Tomás Jesús Cuevas Contreras**

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
México

CONTACTO

*  [0000-0002-9014-8556](https://orcid.org/0000-0002-9014-8556)
 al186990@alumnos.uacj.mx

**  [0000-0002-3476-3095](https://orcid.org/0000-0002-3476-3095)
 tcuevas@uacj.mx

Cita recomendada (APA 6ta ed.)

Villa Zamorano, Z.M., y Cuevas Contreras, T.J. (2020). **Paradigma mixto y los estudios de turismo**. *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 18(1), 75-85.

Recibido: 15/11/2019.

Aceptado: 02/05/2020.

RESUMEN

El turismo es una actividad económica de relevancia internacional por la contribución que tiene al PIB en los países que lo han adoptado. En este sentido, los estudios de turismo tienen su origen a principios del siglo XX, a través de otras disciplinas científicas como la economía, la geografía y la sociología principalmente, pero es a partir de mediados del siglo pasado que se refleja un aumento en los estudios multidisciplinarios e interdisciplinarios.

De tal manera que, el presente ensayo muestra la evolución de los estudios en turismo con la finalidad de exponer a quienes se inician en la investigación turística la necesidad de pasar a un enfoque que tenga tanto la relevancia cuantitativa, así como una apreciación explicativa entre las interacciones que produce esta actividad desde lo cualitativo.

PALABRAS CLAVE

método mixto - estudios en turismo - metodología - generación del conocimiento y paradigma.

MIXED PARADIGM AND TOURISM STUDIES. ESSAY WRITING.

Zyanya Ma. Villa Zamorano*

Tomás J. Cuevas Contreras**

Autonomous University of Juárez City
México

CONTACT

*  [0000-0002-9014-8556](https://orcid.org/0000-0002-9014-8556)

 al186990@alumnos.uacj.mx

**  [0000-0002-3476-3095](https://orcid.org/0000-0002-3476-3095)

 tcuevas@uacj.mx

Recommended citation style (APA 6ta ed.)

Villa Zamorano, Z.M., y Cuevas Contreras,
T.J. (2020). **Paradigma mixto y los
estudios de turismo.** *Realidad,
Tendencias y Desafíos en Turismo*,
18(1), 75-85.

Received: 15/11/2019

Accepted: 02/05/2020

ABSTRACT

Tourism is an economic activity of international relevance due to the contribution it has to GDP in the countries that have adopted it. In this sense, tourism studies have their origin in the early twentieth century, through other scientific disciplines such as economics, geography and sociology mainly, but it is from the middle of the last century that an increase in the multidisciplinary and interdisciplinary studies.

So, this essay shows the evolution of studies in tourism with the purpose of exposing to those who begin in tourism research the need to move to an approach that has both quantitative relevance and an explanatory assessment between the interactions that it produces this activity from the qualitative perspective.

KEYWORDS

mixed method - tourism studies - methodology -
knowledge generation and paradigm.

INTRODUCCIÓN

El estudio del turismo es complejo, por lo que ha sido estudiado desde un enfoque multidisciplinario e interdisciplinario. Esto es evidente en las transiciones que han tenido sus estudios, pues ha pasado desde una posición positivista, que lo ve como actividad económica, hasta una posición fenomenológica que lo estudia como fenómeno social. Ambas posturas aún vigentes, buscan dar validez al conocimiento generado en el turismo.

Por lo anterior, el enfoque actual en los estudios del turismo busca acercarse a la realidad no solo en el sentido tradicional, sino a través de un enfoque integrador de lo cuantitativo y cualitativo para un mejor apego de la realidad.

El presente ensayo se enfoca en un primer apartado, en las divisiones de estudios turísticos propuestos por autores como Tribe (1997), Jafari (2005) y Castillo y Lozano (2006), quienes permiten ver las diferentes orientaciones aún vigentes y coinciden en la interdisciplinariedad del turismo. El segundo apartado habla del enfoque mixto y sus diseños de investigación para el estudio de las ciencias sociales y el turismo, el cual ha ganado aceptación y pretende dar nuevos aportes a esta disciplina.

LA GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO EN TURISMO

El crecimiento en la importancia socioeconómica del turismo lo ha hecho merecedor de generar estudios desde diferentes ciencias y disciplinas que lo han evidenciado como un tema de preocupación de gobiernos, la iniciativa privada y la academia. Su estudio se remonta a principios del siglo pasado pero su importancia vio su mayor fuerza a partir de mediados de ese siglo.

Los estudios en turismo, según Castillo y Lozano (2006) se originan en dos periodos. Primero el inicio de la investigación y el estado del tema en los años 20 y el segundo, como una afirmación de sus bases técnicas a partir de 1937, hasta 1945. Resaltan en el primer periodo la Escuela Berlinesea quienes sentaron la base para la investigación del turismo, definido como "un vencimiento del espacio en el cual las personas que aflúan no tenían residencia habitual" (Castillo y Lozano, 2006, p.68), posteriormente se agregan concepciones sobre las motivaciones de estos traslados y las necesidades a satisfacer.

El segundo periodo comprendido de 1937-1945, se incluyen otros investigadores e instituciones para su definición y entre las concepciones sobresale la de Benscheidt (1940) que establece al turismo como relaciones pacíficas entre viajeros y nativos. Hunziker y Krapf (1942) lo consideran como un conjunto de relaciones creadas a través de los desplazamientos, sin fines

de lucro. Entre las organizaciones, surge la clasificación que la Organización Mundial del Turismo (OMT) establece de los viajeros para delimitar el término turista (Castillo y Lozano, 2006).

Con el fin de la segunda guerra mundial, el turismo se ve interrelacionado con factores de la economía mundial, lo que promueve estudios de carácter positivista en el que dominaban estudios descriptivos y estadísticos que ven los beneficios económicos intrínsecos del turismo. A partir de aquí, los estudios del turismo son clasificados desde diferentes posturas (Tabla 1), tales como los dos campos que propone Tribe (1997), el primero, hace referencia al conocimiento que se generó desde los estudios de empresas, enfocándose en aquellos aspectos como la mercadotecnia, las estrategias corporativas, legales y de gestión, desde un contexto turístico.

El segundo, es el conocimiento generado por estudios académicos, desde ciencias que toman al turismo como objeto de estudio y que, pese a no tener un marco referente unido, desde un enfoque multidisciplinario, dan prioridad a los efectos del turismo en el ambiente, capacidad de carga, los impactos sociales y las percepciones de la actividad (Tribe, 1997).

Esta división entre aspectos de gestión organizacional y aspectos socioculturales del turismo ve en la actualidad las diferentes investigaciones realizadas tanto por el sector público como privado. Por lo tanto, esto no quiere decir que una etapa sustituya a la otra, sino por el contrario hace un hincapié en la relevancia de ver al turismo dentro de un marco integrador que permita ver más aspectos del tema.

Otra de las propuestas en la división de estudios, es la de Jafar Jafari (2005), quien dividió en cinco plataformas los estudios y perspectivas en turismo. Estas aparecieron de manera cronológica, pero sin reemplazarse, pues aún se alimentan con estudios recientes en turismo. De esta forma, la primera de ellas, la plataforma apologética concentra los estudios que dan al turismo, atributos positivos como generador de divisas y bienestar económico.

La plataforma precautoria, ve el aspecto negativo del turismo que, al paso del tiempo, con los cambios sociales, políticos y tecnológicos da fuerza a estudios de un carácter más explicativo por la preocupación que generan los efectos de la actividad en las sociedades receptoras y su medio ambiente. Partiendo de esta conciencia, surge la plataforma adaptativa, que ve alternativas en la segmentación del turismo, tales como el agroturismo, turismo cultural o ecoturismo, dando una nueva faceta más responsables con el medio ambiente, con la sociedad y su cultura (Castillo y Lozano, 2006).

El turismo ya reconocido como un sistema hace que investigadores centren

sus investigaciones en la comprensión de su estructura y funciones, dentro de la plataforma científico-céntrica, la cual estudia al turismo de manera sistemática, identificando los factores que influyen y son influidos por el turismo. Por último, la plataforma de interés público, que es la última plataforma que integrara Jafari (2005), habla de los estudios enfocados en las intervenciones e implicaciones que tiene la participación del gobierno en la actividad turística.

Castillo citado por Vogeler y Hernández (2018) hace también una clasificación de las diferentes orientaciones de la comunidad científica del turismo. Inicia con la comunidad pionera en los años 40 con trabajos representativos de Hunziker y Krapf quienes buscan fusionar la visión empresarial y administrativa con la visión sociológica de estos desplazamientos. La corriente socioantropológica (60-70s) se deriva de los estudios anteriores, pero centra su atención a los aspectos humanos de los viajes.

Ya entre los 70-80s establece que en Estados Unidos surge la corriente orientada al Marketing, que enfoca sus esfuerzos para el estudio de la promoción y publicidad de los destinos, así como los alcances de la actividad dentro de los mercados. Y como última etapa establece la de Sostenibilidad que se acentúa por las repercusiones que el turismo tiene en el medioambiente.

A pesar de hacer esta división en los estudios del turismo, cabe resaltar que todas ellas coexisten en la actualidad y se ha podido observar que la multidisciplinariedad ha pasado a ser sustituida por investigaciones interdisciplinarias ya que los estudios han pasado las fronteras de los campos de investigación con el fin de poder dar una explicación más acercada a la realidad (Vogeler y Hernández, 2018).

Tabla 1. Divisiones de los estudios en turismo.

Campos de Tribe (1997)	Plataformas de Jafari (2005)	Orientaciones de Castillo y Lozano (2006)
Campo 1 Estudios de aspectos comerciales como la mercadotecnia, la gestión y aspectos legales en turismo.	Plataforma Apologética Aspectos positivos del turismo (visión económica).	Comunidad pionera Se fusiona la visión empresarial y administrativa de los desplazamientos turísticos.
Campo 2 Estudios académicos, desde ciencias que toman al turismo como objeto de estudio.	Plataforma Precautoria Aspectos negativos del turismo (visión sociológica).	Corriente Socioantropológica Centrada en el aspecto humano de los viajes.
	Plataforma Adaptativa Aspectos alternativos del turismo y su segmentación.	Marketing Se centra en los estudios de promoción y publicidad.

continúa en la página siguiente.

	Plataforma Científico-céntrica El turismo como sistema, sus efectos entre sus componentes.	Sostenibilidad Se estudian con mayor interés las cuestiones medioambientales a través de los principios de la sostenibilidad.
	Plataforma Interés Público El involucramiento del gobierno en la actividad.	

Fuente: elaboración propia.

En México, la investigación y producción de conocimiento en turismo es reciente. Castillo y Panosso (2011) establecen que, a partir de la década de los 60s, con la creación del Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas (IMIT), se desarrolló la investigación teórica, bajo un enfoque sistémico e industrial, con aplicaciones prácticas en la capacitación, planificación y desarrollo de zonas costeras. Para los años 80s la investigación adoptó un modelo hipotético-deductivo bajo un paradigma positivista, que con el auge de los impactos negativos en el medioambiente dio apertura a las orientaciones sustentables, éticas y culturales que se ven más frecuente cada día.

Es así como una propuesta de líneas generales de investigación en México son las enumeradas por Cuevas-Contreras, Zizaldrá-Hernández y Loera-Anchondo (2014) en su estudio sobre las orientaciones de la investigación turística en México y su influencia en la política turística. Esto, a través de entrevistas a representantes de universidades, academias y centros de investigación en el país, dando como resultado las siguientes líneas de investigación:

- **Desarrollo y Sustentabilidad:** estudios que buscan la integración de los elementos económicos, sociales y ambientales a través de enfoques interdisciplinarios.
- **Estudios teórico-metodológicos:** estudios desde ciencias humanas para su diferenciación entre actividad y campo de estudio.
- **Economía, gestión, uso de nuevas tecnologías en el proceso administrativo:** estudios sobre el funcionamiento del hombre y el turismo como ente económico y su relación con la gestión de recursos y capacidades tecnológicas.
- **Educación, patrimonio y cultura:** estudios que ven la relación entre el patrimonio y la cultura dentro de los procesos turísticos, así como la educación y su influencia dentro de la actividad.
- **Redes, colaboración y cooperación:** estudio de las interacciones que surgen

entre actores para el desarrollo o fortalecimiento en la actividad turística.

De esta manera, se puede observar que existen dos grandes tendencias en los estudios del turismo, por un lado, la orientación económica o de gestión empresarial que son abordados desde un enfoque deductivo-secuencial y los de tipo inductivo-recurrente que ven por los impactos sociales y ambientales en las comunidades receptoras. Vogeler y Hernández (2018) hacen hincapié en que los estudios del turismo deben ser vistos desde un enfoque interdisciplinario puesto que los esfuerzos para dar explicación a los fenómenos turísticos implican la integración de las metodologías de diferentes ciencias. Esto puede lograrse a través de un enfoque mixto, el cual permite la integración de lo cuantitativo y cualitativo.

CONDICIONES DE LA METODOLOGÍA MIXTA EN TURISMO

La metodología analiza, promueve y depura el método que se va adaptando en conformidad de la rama disciplinaria científica, en la que se examina su valor o pertinencia (Aguilera, 2013). Tanto en estudios del turismo como en ciencias sociales, existen dos posturas teóricas principales. La primera, es la perspectiva positivista, desde el paradigma cuantitativo, que busca dar explicación a los fenómenos viéndolos como objetos que influyen de manera externa en las personas y la segunda postura, desde la perspectiva fenomenológica bajo un paradigma cualitativo, brinda al actor la relevancia necesaria para estudiar estos fenómenos desde su visión y entendimiento (Rodríguez, 2010).

Ambas visiones, han encontrado sus limitaciones para explicar de manera concluyente la realidad. En el caso de la actividad turística el enriquecimiento del saber turístico "dependerá en gran medida de una capacidad de crítica y de reflexión que las nuevas tendencias en la investigación de este objeto de estudio puedan asumir" (Castillo y Panosso, 2011, p.400). Por tal motivo, un paradigma mixto establece un punto medio entre datos de ambos métodos, así como la flexibilidad en diseños de investigación para una mayor aproximación a la realidad.

El paradigma mixto, hace referencia al uso de más de un método, en las diferentes etapas de la investigación, usualmente en la recolección de datos y el análisis de la información. Este método, puede ser construido en base a las necesidades del investigador y a pesar de contar con una amplia tipología de diseños, se pueden crear otros que se adapten a los objetivos de la investigación (Johnson, Onwuegbuzie y Turner, 2007).

Los diseños en este paradigma obedecen a dos circunstancias. La primera es la relevancia que se le dará al método cuantitativo o cualitativo y la segunda

a la dependencia de un método sobre el otro (Schoonenboom y Johnson, 2017; Rodríguez, 2010). Tomando esto en cuenta, existe una diversidad de diseños que permiten utilizar las técnicas de investigación de ambos métodos, permitiendo adaptarse en mayor medida a los nuevos fenómenos de estudio que se presentan en la actividad turística.

Entre los diseños que se pueden mencionar, están aquellos que proponen Teddlie y Tashakkori (2009) así como Creswell y Plano (2011) (Tabla 2). Estos diseños se fundamentan en la complementación y triangulación de fuentes que consiste en tomar diferentes perspectivas para explicar la realidad del fenómeno estudiado, es decir si la hipótesis o resultados se ven reforzados por ambas intervenciones, resultan en una mayor validez.

De esta manera, se puede observar que existen coincidencias entre los diseños propuestos pero cada autor integra otros que brindan características que podrían adaptarse a otros estudios de manera flexible. Además, se recomienda la revisión de otras propuestas como las de Hernández, Fernández y Baptista (2014) así como las de Schoonenboom y Johnson (2017) que hacen adaptaciones de las antes mencionadas y brindan sus propias propuestas de diseños.

Tabla 2. Tipología de diseños mixtos.

Teddlie y Tashakkori (2009)	Creswell y Plano (2011)
<p>Diseño mixto paralelo Este diseño tiene 2 o más etapas paralelas cuantitativas o cualitativas casi de manera simultánea y se integran los resultados dentro de una meta inferencia.</p>	<p>Diseño convergente paralelo Los métodos cuantitativos y cualitativos son desarrollados de manera independiente y sus resultados son interpretados de manera conjunta al final.</p>
<p>Diseño mixto secuencial Este diseño reúne información cuantitativa y cualitativa de manera cronológica con procedimiento que hace dependiente a un método del otro.</p>	<p>Diseño explicativo secuencial Este diseño reúne datos cuantitativos en una primera fase y en el análisis se reúnen datos cualitativos con el fin de explicar los cuantitativos.</p>
<p>Diseño mixto de conversión En este diseño paralelo, la mezcla ocurre cuando un tipo de datos (cual) se analizan y se transforman en otro (cuan) para añadir más información y responder a la misma pregunta de investigación.</p>	<p>Diseño exploratorio secuencial Este diseño recolecta datos cualitativos y del análisis procede la recolección de datos cuantitativos (se usa generalmente para la construcción de instrumentos de medición).</p>
<p>Diseño mixto multinivel En este diseño paralelo o secuencial, se establecen diferentes etapas para responder a la misma pregunta.</p>	<p>Diseño incrustado Este diseño tradicional cuantitativo o cualitativo solo agrega una parte del otro para complementar o mejorar el diseño.</p>

continúa en la página siguiente.

<p>Diseño mixto integrado En este diseño, la combinación de los métodos cuantitativos y cualitativos ocurre a través de todas las etapas y es el llamado diseño mixto por excelencia.</p>	<p>Diseño transformativo Este diseño se utiliza cuando se utiliza un marco teórico transformativo (ej. Feminismo, teoría crítica de la raza) para la formación y definición de las etapas en el diseño.</p>
	<p>Diseño multifásico Cuando se utilizan dos o más etapas concurrentes o secuenciales, así como combinadas dentro de un periodo de tiempo.</p>

Fuente: elaboración propia con base en Creswell y Plano (2011) y Teddlie y Tashakkori (2009).

En resumen, dentro de las ventajas de este método mixto, están entre otras, la obtención de una mayor variedad de perspectivas sobre el mismo problema de investigación, la diversidad de dimensiones de análisis por el uso de ambos métodos y con esto, una comprensión más a profundidad de los fenómenos observados en la investigación. Por lo tanto, es importante que los investigadores, profesores e instituciones académicas, incentiven la investigación desde el paradigma mixto, el cual es una oportunidad de ver al turismo de manera integrada dentro de sus procesos socioeconómicos, culturales y ambientales.

CONCLUSIONES

El fenómeno turístico ha sido objeto de estudio de diversas ciencias, lo cual ha traído como inconveniente la interpretación condicionada a los intereses de cada una de ellas, situación que ha generado conocimiento multidisciplinarios e interdisciplinarios, que por una parte, han enriquecido tanto enfoques metodológicos, categorías de análisis y la apertura al entendimiento de la actividad turística como un fenómeno integrador de aspectos sociales, económicos y ambientales.

Es decir, que a pesar de contar con diferentes propuestas para las divisiones en los estudios del turismo, estas coinciden en el paso de una posición positivista, a una fenomenológica, lo que en la actualidad aún se percibe dentro de las diferentes investigaciones realizadas tanto por el sector público como privado. Por lo tanto, esto no quiere decir que una sustituya a la otra, sino por el contrario hace un hincapié en la relevancia de ver al turismo dentro de un marco integrador que permita ver más aspectos de relevancia en el tema. En la actualidad ambas posturas están vigentes, pero en busca de una mayor aproximación a la realidad, se ha incentivado a desarrollar investigaciones desde el enfoque mixto, ya que a través de la triangulación de datos cuantitativos y cualitativos permite una mejor explicación del fenómeno.

Es necesario aclarar que el presente ensayo es un primer acercamiento para

investigaciones noveles e interesados en la actividad y si bien es cierto que la aceptación del enfoque mixto aún sigue en proceso, cabe destacar que la articulación de teorías y métodos, desde un enfoque pragmático ha permitido adaptarse de mejor manera a los problemas de investigación en la actualidad por lo que es deseable una apertura en las investigaciones bajo esta visión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilera, R. (2013). Identidad y diferenciación entre método y metodología. *Estudios Políticos*. (28), 81-103.
- Castillo, M. y Lozano, M. (2006). Apuntes para la investigación turística. Universidad de Quintana Roo.
- Castillo, M y Panosso, A. (2011). Implicaciones epistemológicas en la investigación turística. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(2), 384-403.
- Creswell, J. y Plano, C. (2011). *Designing and conducting mixed methods research*. Los Angeles: Sage.
- Cuevas-Contreras, T., Zizaldrá-Hernández, I. y Loera-Anchondo, E. (2014). Examen de tendencias de investigación turística en México durante el siglo XXI. En Sánchez, M. (Presidencia). *Investigación Turística en Latinoamérica: Tendencias, Aportaciones y Retos*. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT). Benidorm, España.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*, México DF, México: McGrawHill.
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 42(1), 39-56.
- Johnson, B., Onwuegbuzie, A. y Turner, L. (2007). Toward a Definition of Mixed Methods Research. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(2), 112-133.
- Rodríguez, M. (2010). Métodos de investigación. *Diseño de proyectos y desarrollo de tesis en ciencias administrativas, organizaciones y sociales*, Sinaloa, México: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Schoonenboom, J. y Johnson, B. (2017). How to construct a mixed methods research design. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 69(2), 107-131.

Teddlie, C. y Tashakkori, A. (2009). *Foundations of mixed methods research: Integrating quantitative and qualitative approaches in the social and behavioral sciences*. Los Angeles: Sage.

Tribe, J. (1997). The indiscipline of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 638-657.

Vogeler, C. y Hernández, E. (2018). *Introducción al turismo. Análisis y estructura*. Madrid, España: Editorial Universitaria Ramón Areces.

PERFIL DE LOS VISITANTES DE FESTIVALES. CASO DE ESTUDIO INTERNATIONAL TATTOO FEST GUAYAQUIL 2017.

Evelyn Denisse Montalvo Cedeño*

César Andrés Vélez Del Hierro**

Observatorio para la Sostenibilidad y
Competitividad Turística de la ciudad de
Guayaquil (OTCG)
Universidad Espíritu Santo
Ecuador

CONTACTO

*  [0000-0001-6354-5217](https://orcid.org/0000-0001-6354-5217)

 evmontalvo@uees.edu.ec

**  [0000-0002-2774-294X](https://orcid.org/0000-0002-2774-294X)

 cvelezh@uees.edu.ec

Cita recomendada (APA 6ta ed.)

Montalvo Cedeño, E.D y Vélez Del Hierro, C.A. (2020). **Perfil de los visitantes de festivales. Caso de estudio International Tattoo Fest Guayaquil 2017.** *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo en turismo*, 18(1), 87-102.

Recibido: 10/02/2020.

Aceptado: 18/05/2020.

RESUMEN

El International Tattoo Fest Guayaquil es un evento masivo que reúne a un segmento de mercado interesado en los tatuajes, piercings y modificaciones corporales. Este evento en su primera edición fue realizado en la ciudad de Guayaquil – Ecuador en el año 2017 y forma parte del turismo de eventos dentro de la categorización de festivales. La presente investigación pretende demostrar que estos festivales son beneficiosos para el desarrollo turístico de países que se encuentren en vías de desarrollo.

El estudio realizado tuvo un enfoque cuantitativo y se efectuó el día 8 de julio del año 2017 mediante la aplicación de cuestionarios a un total de 109 asistentes. Entre los principales resultados se obtuvo la visita de público extranjero, específicamente de Latinoamérica, de niveles de ingresos altos y que comentaron realizar diferentes actividades en el día y en la noche dentro de la ciudad anfitriona. Esto genera beneficios en la sociedad, cultura y economía local.

PALABRAS CLAVE

international tattoo fest - turismo de eventos - festivales - perfil del turista - principales motivaciones de los asistentes.

FESTIVAL VISITORS PROFILE. INTERNATIONAL TATTOO FEST CASE STUDY GUAYAQUIL 2017.

Evelyn Denisse Montalvo Cedeño*

César Andrés Vélez Del Hierro**

Observatory for Sustainability & Tourism
Competitiveness of Guayaquil (OTCG)
Espíritu Santo University
Ecuador

CONTACT

*  [0000-0001-6354-5217](https://orcid.org/0000-0001-6354-5217)
 evmontalvo@uees.edu.ec

**  [0000-0002-2774-294X](https://orcid.org/0000-0002-2774-294X)
 cvelezh@uees.edu.ec

Recommended citation style (APA 6ta ed.)

Montalvo Cedeño, E.D y Vélez Del Hierro, C.A. (2020). Perfil de los visitantes de festivales. Caso de estudio International Tattoo Fest Guayaquil 2017. *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 18(1), 87-102.

Received: 10/02/2020.

Accepted: 18/05/2020.

ABSTRACT

The International Tattoo Fest Guayaquil is a massive event that brings together a market segment interested in tattoos, piercings and body modifications. This event in its first edition was held in the city of Guayaquil - Ecuador in 2017 and is part of event tourism within the categorization of festivals. This research aims to demonstrate that these festivals are beneficial for tourism development in developing countries.

The study carried out had a quantitative approach and was conducted on July 8, 2017 by applying questionnaires to a total of 109 attendees. Among the main results was the visit of a foreign public, specifically from Latin America, with high levels of income and who commented on different activities during the day and night within the host city. This generates benefits in society, culture and the local economy.

KEYWORDS

international tattoo fest - event tourism - festivals - tourist profile - main motivations of the attendees.

TURISMO Y DESARROLLO: EVIDENCIAS Y CONTRADICCIONES

Actualmente, los eventos forman parte de la cartera de ofertas turísticas en la mayoría de los países poco y altamente desarrollados. La participación de los asistentes a estas actividades se ha convertido en uno de los principales factores de motivación para emprender viajes turísticos a cualquier región, tanto así, que han surgido estudios previos donde se analiza el impacto que genera sobre la economía local, el desarrollo sostenible del destino y la sociedad (Panfiluk, 2015).

En este sentido, es importante señalar que existen diferentes clases de eventos masivos que forman parte del tipo de turismo de eventos para poder abarcar distintos mercados tales como festivales, musicales, procesiones, entre otros. Es necesario destacar las razones de la existencia de distintos eventos dentro de una misma tipología de turismo, por ello, Pérez Gálvez, López Guzmán y Muñoz Fernández (2015) confieren lo siguiente:

“La necesidad del hombre de entretenimiento, diversión y el desarrollo de nuevos hábitos y costumbres, han influido en la necesidad de organizar eventos atractivos como parte de la oferta turística de una localidad o región. La importancia cultural e histórica ya no son las únicas características de un destino para atraer a turistas.”(p.7)

En concordancia con lo citado, el turismo de eventos es aquel fenómeno que permite el desarrollo y la promoción de un destino desde varios puntos de vista. En esta lógica Grillo y Lanzarini (2019) afirma que “los eventos son capaces de promover el desarrollo de destinos turísticos a partir de contextos científicos, de ocio, entretenimiento, culturales y de negocios” (p.1147). Como bien se explicó en la cita anterior, en la temática de turismo de eventos diferentes públicos se ven atraídos y beneficiados.

Un caso ejemplar ocurrió en Río de Janeiro donde se realizó un festival para la comunidad “Lesbiana, gay, bisexual y transgénero” o también conocida por sus siglas LGBT, incentivando así la producción cultural y el arte consumido ampliamente por este público. Además, dicho festival llamado “Parada del Orgullo LGBT” fue un importante producto turístico que permitió transformar la sociedad, promoviendo la inclusión y el respeto a la diversidad de género. Asimismo, se confirma que los festivales son un importante producto turístico para aquellos centros urbanos y ciudades capitales que utilizan los eventos como recursos para la estacionalidad turística (Grillo y Lanzarini, 2019).

Por otro lado, se tiene un estudio realizado en España por Pérez Gálvez, López Guzmán y Muñoz Fernández (2015) quienes desarrollaron una

investigación titulada "Motivación y satisfacción turística en los festivales del vino: XXXI ed. Cata del vino Montilla – Moriles, España" el cual obtuvo resultados donde se expresa un grado alto de satisfacción en todos aquellos turistas que tienen motivaciones definidas para asistir al festival. Así mismo, propone plantear mejoras en la infraestructura de servicios afines al festival para garantizar la comodidad de los asistentes.

En la década de los setenta comienzan aparecer los primeros indicios que contemplan los estudios e investigaciones del turismo de eventos. Considerando que la mayor parte de la literatura sobre este tema resulta de ayuda e interés para quienes forman parte de este mercado; especialmente para aquellos que se encargan de organizar y promover los eventos en cualquier destino (Pérez Gálvez, López Guzmán y Muñoz Fernández, 2017). Son este tipo de investigaciones que permiten que cada país tome distintas iniciativas y decidan adaptarlas acorde a las necesidades del destino. Sin embargo, es importante que cada destino estudie a su demanda, de forma en que se conozca su perfil, motivaciones, preferencias, entre otras variables que se relacionan al momento de asistir a un evento.

En el artículo realizado Devesa Fernández, Laguna García y Palacios Picos (2008) llamado "Un modelo estructural sobre la influencia de las motivaciones de ocio en la satisfacción de la visita turística", se destaca que las personas presentan diversos comportamientos al momento de realizar compras y que ello se ve condicionado por diferentes variables, entre ellas la motivación; esto causa una estimulación en la conducta y un comportamiento distinto al momento de realizar elecciones y/o compras. Lo mismo sucede con los gustos y preferencias, en este caso, se va a situar dicha motivación a la elección de asistir a un festival. Por ello se considera necesaria esta variable para conocer las elecciones del turista, y saber cómo esto se concatena a la elección de querer realizar actividades adicionales en el destino anfitrión.

Tomando en cuenta los antecedentes previamente explicados, se considera que el objetivo de la investigación es describir a los asistentes del turismo de festivales, en particular, a los del evento "International Tattoo Fest Guayaquil 2017". En este orden de ideas, el estudio es relevante y se justifica dado que a través de sus resultados se espera que el arte y la cultura expresada en los eventos de festivales se emplee como una estrategia de desarrollo turístico.

CONTEXTO CONCEPTUAL

Turismo de festivales

Según Oklobdžija (2015) los festivales han formado parte de la historia

cultural humana desde la Época Romana a pesar de que también se destaca la participación financiera por parte de la iglesia en la Edad Media. Quinn (como se citó en Oklobdžija, 2015) expresa que durante la historia han existido varios tipos de festivales que formaron parte de la sociedad humana, y que a su vez fueron tomadas como rituales cívicos y motivo de exhibiciones.

También se destaca la definición realizada por Janiskee (como se citó en Quinn, 2009) quien explica que: "Los festivales se entienden como periodos formales o programas de actividades placenteras, entretenimiento o eventos que tienen un carácter festivo y celebran públicamente algún acontecimiento o hecho" (p.5). En realidad, todos quienes conforman las diferentes culturas en el mundo reconocen la necesidad de tener tiempo para la recreación comunitaria entre grupos en específico y poder celebrar sobre diferentes acontecimientos. En tal sentido, existen distintos festivales en celebración a la música, religión, arte e incluso acerca de épocas tan especiales del año, como Navidad, Acción de Gracias, Carnaval y Año Nuevo.

De acuerdo a las ideas expuestas, es necesario saber cómo se proyecta el turismo de eventos frente a la demanda y cómo varía su clasificación. Es por ello que, la categorización realizada por Getz (como se citó en Oklobdžija, 2015) es la que más se acopla a esta investigación, pues, clasifica a los eventos según los atractivos que contenga para la ejecución turística. Se explica que la mayoría de los eventos son impulsados por el turismo; no obstante, existen algunos que no poseen atractivos potenciales para poder destacar. Es por ello, que se recurre a la clasificación por medio de los atractivos, categorizándolos de la siguiente manera: festivales y eventos, eventos de importancia regional y provincial y eventos de importancia nacional e internacional.

La primera categorización acerca de festivales y eventos son mayormente organizados por la comunidad local y que, usualmente recibe ayuda de voluntariados para poder ejecutarlos. Se caracterizan por ser eventos pequeños y con una cantidad de turismo limitada; sin embargo, tienen potencial y sirven como valiosa oportunidad para poder realzar la imagen del lugar anfitrión. Cabe destacar que Getz (como se citó en Oklobdžija, 2015) asegura que, la mayoría de estos eventos no se inclinan al turismo, ya que esto repercutiría con impactos negativos, corrompiendo la autenticidad de la comunidad.

Por consiguiente, la segunda clasificación se trata sobre los eventos de importancia regional y provincial. Estos normalmente tienen un grupo de profesionales que dirigen la organización del evento. Por lo general poseen de atractivos turísticos significativos, debido a las inversiones desarrolladas. Por último, se encuentran los eventos de importancia nacional e internacional que son por naturaleza turísticos. Estos eventos se destacan por mejorar la imagen turística del destino anfitrión y ayudar económicamente a la comunidad local.

El turismo de eventos se puede desarrollar por medio de diferentes temáticas, cada uno posee un grupo de interés distinto al que el turista se ve atraído por visitar. Por ejemplo, se han realizado investigaciones con relación al turismo de eventos en el ámbito cinematográfico (Flores Ruiz, Sánchez López, y De la O Barroso González, 2017), el cual tuvo como propósito caracterizar a la demanda del turismo de festivales de cine. También hay estudios de festivales culturales, como el caso de la "Fiesta de Peón Rural" donde se analiza si este evento produce beneficios económicos en los restaurantes y centros comerciales de la zona (Games de Morales, 2010). Incluso se han elaborado estudios sobre congresos y festivales del turismo relacionado a las artes marciales (Wojciech, 2018), el cual comprueba que este tipo de evento es ejemplo de que existe una comunidad que asiste a estos congresos específicos sobre turismo científico y de artes marciales.

Dentro de este contexto se conoce que cada persona posee sus propios intereses y asiste a los eventos que más se acoplan a sus gustos y necesidades. Sin embargo, no hay registro de alguna investigación académica sobre festivales de tatuajes; un estudio cuyo objetivo es explicar la teoría de búsqueda y de escape y la teoría de identidad social basada en el contexto de convenciones de tatuajes (Frankel, Childs, & Kim, 2019) y un estudio médico donde se desarrolla una encuesta basada en la convención de tatuajes en Tailandia que tenía como principal propósito saber sobre las alergias y reacciones de los tatuajes en la piel humana (Kluger, 2016).

METODOLOGÍA

International Tattoo Fest Guayaquil 2017

En el año 2017, la ciudad de Guayaquil fue por primera vez sede del evento conocido a nivel mundial como "International Tattoo Fest". Este festival se distingue por su característico público quienes asisten para poder observar y hacer sobre sus cuerpos: tatuajes, piercings y modificaciones corporales (Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, 2017). Además, en este evento se presentan los mejores exponentes nacionales e internacionales del tatuaje.

Al ser un festival del tatuaje, este evento fue acompañado de un ambiente lleno de música y distintas actividades culturales. Se realizaron actividades como: duelo de tatuadores, shows de motos clásicas y espectáculos de suspensiones corporales. Acorde a los datos del Diario Nacional El Universo (2017), el evento tuvo una duración de 3 días en los cuales se obtuvieron aproximadamente 4.500 asistentes nacionales y extranjeros. Por tal acogida, la Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacional de Guayaquil, decidió

volver a realizar el International Tattoo Fest en los siguientes años: 2018 y 2019.

Así como se realizó el International Tattoo Fest Guayaquil 2017 también existen otras reconocidas convenciones de tatuajes alrededor del mundo, como es el caso de “Nueva York Empire State Tattoo Expo”, “Musink Tattoo Convention & Musical Festival”, “Berlin Tattoo Convention”, “Texas Showdown festival”, entre otros (Rodríguez, 2017).

La metodología utilizada en el presente estudio es de carácter cuantitativa, ya que se aplicó una encuesta para saber el interés de visita turística de los asistentes al International Tattoo Fest Guayaquil 2017, realizada día 8 de julio de 2017 en la ciudad de Guayaquil. A su vez, se considera necesario para esta investigación que a través de las variables del enfoque cuantitativo se conozca cuál es el perfil de los asistentes a este evento.

La muestra está conformada por 109 turistas asistentes al evento, quienes forman parte de la población. Los encuestadores tuvieron el apoyo de herramientas tecnológicas que contenían la encuesta para poder realizar el levantamiento de información, por ello emplearon: tablets y iPads y la misma fue realizada en la plataforma de QuestionPro⁽¹⁾, el cual es conocido por ser un web software survey⁽²⁾.

Tabla 1. Ficha de la investigación.

Población	Asistentes al evento
Área geográfica	Palacio de Cristal (Guayaquil – Ecuador)
Período de realización	2017
Procedimiento	Muestreo por conveniencia
Nivel de confianza	95%
Margen de error	9.4%
Dispersión	0,5%
Cuestionarios válidos	109

Fuente: elaboración propia.

Existen varias investigaciones donde se ha analizado el perfil de los turistas y se ha estudiado la motivación de los asistentes a eventos relacionados con la cartera turística. Para la recolección de información se utilizó como instrumento un cuestionario construido con base en trabajos similares (Brida, Zapata Aguirre y Giraldo Velásquez, 2010; Carvache Franco, Carvache Franco, Macas López y

(1) Es una aplicación web que permite la creación y difusión de encuestas (QuestionPro, 2019).

(2) Es una aplicación que se utiliza para recopilar comentarios de una muestra específica a través de un método asistido por computadora, que se presenta de diferentes maneras (Finances Online, 2018).

Orden Mejía, 2018; Mora Jácome, Ludeña Reyes, Ochoa y Sánchez Cevallos, 2017) tales como la identificación sociodemográfica de los asistentes y la valoración con referencia a distintas variables sobre la motivación.

La encuesta aplicada consta de 16 preguntas las cuales están distribuidas en 3 segmentos (Tabla 2): datos sociodemográficos, motivación y característica de los visitantes. Es importante aclarar que las preguntas del último segmento son enfocadas hacia el turista, por lo que no se las realizó a los asistentes que residen en Guayaquil. Para el siguiente análisis de los resultados se empleó la misma plataforma la cual fue utilizada para el diseño de la encuesta: QuestionPro.

Tabla 2. Contenido del cuestionario.

Segmento	Contenido
Perfil sociodemográfico	Analiza variables como: sexo, edad, ocupación, nivel de instrucción, ocupación, nivel de ingresos y lugar de procedencia.
Motivación	Evalúa las principales motivaciones que impulsan a las personas a asistir a este tipo de evento.
Características del viaje que realiza el visitante	Evalúa variables como: movilización, lugares de alojamiento, atractivos visitados, acompañamientos, formas de pago.

Fuente: elaboración propia.

RESULTADOS

Los primeros resultados por analizar fueron los datos sociodemográficos (Tabla 3), los cuales indican que el 58.72% de la muestra encuestada pertenece al género masculino, mientras que, el 41.28% es femenino, situados entre los 18 – 28 años de edad (45.87%), destacando que el 28.45% son trabajadores por cuenta propia y el 22.02% son estudiantes, donde predomina el nivel de educación universitaria (60.56%) con ingresos mensuales superiores al salario básico estipulado en Ecuador, con un rango promedio de USD 677 - USD 977 (31.20%).

Por último, los asistentes al evento son mayoritariamente ecuatorianos (50.44%), seguido de un público colombiano (11.93%) y chileno (10.09%). Las nacionalidades con menor cantidad de asistentes fueron Francia, Honduras, Italia, Bolivia, Australia y China los cuales obtuvieron un 0.92% de asistentes.

Tabla 3. Perfil sociodemográfico del asistente.

Género	Masculino	58.72%
	Femenino	41.28%
Edad	18 a 28 años	45.87%
	29 a 39 años	35.78%
	40 a 50 años	14.68%
	51 a 65 años	3.67%
Ocupación	Trabajador por cuenta propia	28.45%
	Empresario	9.17%
	Funcionario	1.83%
	Empleado a tiempo completo	19.27%
	Empleado a tiempo parcial	2.75%
	Independiente	13.76%
	Estudiante	22.02%
	Desempleado	1.83%
Formación Académica	Retirado	0.92%
	Educación primaria	1.83%
	Educación secundaria	33.94%
	Grado universitario	60.56%
Nivel de ingreso mensual presentado en dólares estadounidenses (USD)	Postgrado universitario	3.67%
	Menos de USD375	25.69%
	USD 376 - USD676	16.51%
	USD 677 - USD 977	31.20%
	USD 978 - USD 1278	13.76%
Nacionalidad del turista asistente al festival	Más de \$1278	12.84%
	Ecuador	50.44%
	Colombia	11.93%
	Chile	10.09%
	Argentina	4.59%
	Perú	4.59%
	Estados Unidos	3.67%
	Venezuela	3.67%
Nacionalidad del turista asistente al festival	Brasil	2.75%
	México	2.75%
Nacionalidad del turista asistente al festival	Otros	5.52%

Fuente: elaboración propia.



Con relación a la motivación de los asistentes (Tabla 4), se obtuvo que el público asistió para pasear en la ciudad, conocer y divertirse (56.87%). No obstante, otros asistentes fueron al evento por trabajo (30.28%). Por asistir al congreso (3.67%) y por estudios (0.92%). En la sección otros (8.26%) se obtuvieron opiniones con relación a: escuchar música y tatuarse dentro del evento.

Tabla 4. Motivaciones de los asistentes al evento.

Conocer, divertirse y pasear en la ciudad	56.87 %
Trabajar	30.28%
Otros	8.26%
Asistir a un congreso, seminario	3.67%
Estudios	0.92%

Fuente: elaboración propia.

En la Tabla 5 se detalla todo el comportamiento del consumo turístico. Primero, los viajes de los asistentes fueron clasificados de manera en que la mayoría asista por cuenta propia y sin ninguna intervención de agentes de viaje (97.25%). El 1.83% de asistentes realizó su viaje por cuenta propia, pero si los asistió una agencia de viaje. Finalmente, el 0.92% de los encuestados reveló que una agencia de viaje o tour operadora se encargó de todo su viaje.

En la segunda sección de la tabla, se demuestra que los asistentes para llegar a la ciudad de Guayaquil viajaron en distintos medios transporte: el más utilizado fue el avión (42.20%), seguido de la opción de bus interprovincial (35.78%). Algunos asistentes viajaron en bus internacional (18.35%) y finalmente en la opción otro, se especifica que llegaron en auto propio (0.92%).

Con respecto a la movilización dentro de la ciudad, se obtienen resultados en donde se indica que el 60.56% se moviliza en taxi, seguido de quienes se transportaron por buses de transporte público (17.43%) y un 12.84% se movilizaba a pie.

Por otro parte, la mayoría de los asistentes se alojaron en hoteles (44.95%), seguido de los hostales (33.94%). Otros asistentes decidieron hospedarse en casa de amigos (11.93%) y casa de familiares (8.26%). Uno de los asistentes regresó en la misma noche del evento (0.92%).

Los lugares más visitados por los asistentes fueron: Malecón Simón Bolívar (22.28%), seguido del Barrio Las Peñas (18.83%). El Malecón del Salado (12.34%) y el Puerto Santa Ana (9.31%) también formaron parte de los lugares

de atracción de los asistentes. En la categoría "Otros", se incluyen atractivos como: Cementerio Patrimonial de Guayaquil, Cerro Blanco, Isla Puná, Puerto El Morro, entre otros.

Cabe recalcar que, los asistentes visitaron mayormente los atractivos acompañados por amigos y familiares (52.30%). Sin embargo, hubo un gran porcentaje que decidió realizar sus visitas por cuenta propia (31.19%), mientras que los demás decidieron ser acompañados por sus compañeros de trabajo (6.42%), e incluso por extranjeros que conocieron en la ciudad (4.59%).

La mayoría de los asistentes degustó de la gastronomía ecuatoriana (88.99%), el 11.01% no lo hizo. También se consideró las actividades nocturnas que realizaron los asistentes, destacaron las salidas a caminar (22.83%), seguido de las salidas algún bar (21.32%) y comer (21.32%). Otros asistentes prefirieron descansar en el establecimiento de alojamiento (11.17%).

Por último, los métodos de pagos empleados por los asistentes fueron mayormente en efectivo (77.34%), seguido de tarjetas de crédito (22.66%). Ninguno hizo uso de cheque viajero.

Tabla 5. Comportamiento del consumo turístico.

Institución a cargo del viaje del asistente al evento	Cuenta propia sin intervención de algún agente de viaje	97.25%
	Cuenta propia pero en parte me asistió una agencia de viajes	1.83%
	La agencia de viajes o tour operador se encargó totalmente de mi viaje	0.92%
Transporte utilizado para llegar a la ciudad anfitriona	Avión	42.20%
	Bus interprovincial	35.78%
	Bus internacional	18.35%
	Otro	3.67%
Movilización dentro de la ciudad	Taxi	60.56%
	Buses de transporte público	17.43%
	Mayormente a pie	12.84%
	Metrovía	3.67%
Movilización dentro de la ciudad	Alquila un vehículo	2.75%
	Carro de familiar o amigo	2.75%
Lugares de alojamiento de los turistas que visitaron el evento	Hotel	44.95%
	Hostal	33.94%
	Casa de amigos	11.93%
	Casa de familiares	8.26%
	Otro	0.92%

Atractivos que visitaron los turistas durante su estadía en Guayaquil	Malecón Simón Bolívar	22.98%
	Barrio Las Peñas	18.83%
	Malecón del Salado	12.34%
	Puerto Santa Ana	9.31%
	Parque Seminario	8.01%
	Parque Samanes	7.79%
	La Perla Rueda Moscovita	7.58%
	Parque Histórico de Guayaquil	4.76%
	Bosque Cerro Blanco	3.03%
	Otros	6.07%
Acompañamiento por parte de terceros a los distintos atractivos	Por amigos o familiares	52.30%
	Por mi cuenta	31.19%
	Por un compañero de trabajo	6.42%
	Por algún extranjero que conocí en la ciudad	4.59%
	Por alguien que conocí en la ciudad durante el viaje	2.75%
	Guía que lo contraté en la ciudad	1.83%
	Otro	0.92%
¿Degustó la gastronomía ecuatoriana?	Sí	88.99%
	No	11.01%
Actividades nocturnas realizada por los asistentes	Salir a caminar	22.83%
	Salir a comer	21.32%
	Salir a un bar	21.32%
	Salir a bailar	11.68%
	Descansar en el establecimiento de alojamiento	11.17%
	Conocer personas	11.17%
	Otro	0.51%
Método de pago usado por los asistentes	Efectivo	77.34%
	Tarjeta de crédito	22.66%

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES

Para poder generar una idea sobre la cantidad de beneficios que los eventos como los festivales genera en la ciudad anfitriona es necesario conocer las características de sus asistentes. Con base en los resultados del levantamiento de información, se concluye que las principales razones por las que deciden

asistir a estos festivales son: conocer, divertirse y pasear en la ciudad. A pesar de que hubo quienes asistieron por motivos laborales y otros por el afán de realizarse tatuajes en el festival. Por otro lado, no son consideradas motivaciones: realizar compras y visitar a familiares y amigos en la ciudad.

En el caso del International Tattoo Fest Guayaquil 2017, el perfil de los turistas fue mayormente de 29 a 39 años quienes cuentan con negocio propio. Los asistentes al contar con un grado universitario tienen ingresos entre USD677 - USD 977. A pesar de que la mayoría de los asistentes era de nacionalidad ecuatoriana, también hubo público extranjero, entre quienes destacan los sudamericanos como: colombianos, chilenos, argentinos, peruanos.

Cabe recalcar que, la mayoría del público asistente llegó en avión, a pesar de que hubo quienes se transportaron en buses internacionales. Dentro de la ciudad la mayoría del público se trasladaba por taxi; esto quiere decir que poseen el capital para poder invertir en transporte. A pesar de que hubo asistentes que se trasladaron por transporte público e incluso a pie.

Es importante conocer que el público se hospedó mayormente en hoteles y hostales y por las noches les gustaba salir a caminar, visitar un bar, comer y bailar. A pesar de que hubo quienes prefirieron descansar en el establecimiento, la mayoría de los asistentes prefirieron salir a comer y degustaron platos típicos ecuatorianos, beneficiando así la gastronomía local. Se destaca que, la gran parte de los consumos realizados en los establecimientos se manejaron en efectivo, esto genera beneficios para la economía local ya que está en constante movimiento debido a que existe un mayor flujo de dinero.

Los asistentes al International Tattoo Fest no solo asistieron al festival, sino que visitaron distintos atractivos tales como: Malecón Simón Bolívar, Barrio Las Peñas, Puerto Santa Ana y Parque Seminario. Sin lugar a duda estos son los lugares más visitados por los turistas que visitan Guayaquil. Sin embargo, otros también visitaron el Parque Histórico, atractivo que se encuentra ubicado en el cantón Samborondón a 10 minutos aproximadamente del Centro de la ciudad de Guayaquil.

Continuando con esta idea, se destacó que los turistas no visitaron estos lugares solos, pues la mayoría de ellos decidió visitar los atractivos turísticos en compañía de amigos y familiares. Sin embargo, sí existió un grupo que realizó sus visitas por cuenta propia. Otros decidieron hacer sus visitas con un compañero de trabajo e incluso por extranjeros que conocieron en la ciudad. Esto resulta ser beneficioso para la ciudad anfitriona ya que este tipo de visitas genera movimiento a varios sectores como: transporte, alimentación, lugares de entretenimiento, entre otros. Si bien es cierto, la mayoría de los asistentes de este evento no contrató un guía que los acompañe durante su visita a la ciudad,

sin embargo se considera que esta variable puede cambiar en otros destinos.

Sin duda esta investigación, es un claro ejemplo de que eventos como los festivales causan grandes beneficios para la sociedad, cultura y economía local. Como se mencionó en el contexto conceptual, no existe alguna comunidad que no realice festividades con el objetivo de tener espacios de ocio, integración y que además sea reflejo de la cultura de los locales. Es por ello que, se sugiere que este tipo de eventos es una buena estrategia de desarrollo turístico para los países poco y altamente desarrollados. Así, dentro de las principales recomendaciones para futuras ediciones del festival, se sugiere diseñar -conjuntamente con tour operadores- paquetes temáticos que incluyan transporte, alimentación y entradas al evento. De igual forma, se sugiere desarrollar alianzas estratégicas con entidades financieras administradoras de tarjetas de crédito, con el objetivo de impulsar mayor uso de este mecanismo de pago dentro del evento.

Por último, se considera importante seguir con esta línea de investigación, ya que de esta manera se logrará conocer las diferentes motivaciones y perfiles de los asistentes a este tipo de eventos. Tal como se explicó en el contexto conceptual el arte de los tatuajes es un evento que se propaga por todo el mundo y que la demanda es bastante grande y beneficiosa tanto para los organizadores, la comunidad local y la economía de la ciudad anfitriona. Así también sería importante desarrollar una investigación sobre evaluación de la satisfacción a los asistentes de este tipo de eventos vinculados a la temática de tatuajes.

Reconocimiento

Los autores del presente artículo forman parte del Observatorio para la Sostenibilidad y Competitividad Turística de la ciudad de Guayaquil, conocido por sus siglas como OTCG. Se reconoce al organismo por el levantamiento de información para la elaboración de este artículo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Brida, J. G., Zapata Aguirre, S., y Giraldo Velásquez, C. M. (2010). Análisis del perfil y satisfacción de los pasajeros de cruceros que visitan el Puerto de Cartagena de Indias. *Turismo y desarrollo local*, 3 (8). Recuperado sin fecha de <http://www.eumed.net/rev/turydes/08/bav.htm>

- Carvache Franco, M., Carvache Franco, W., Macas López, C., y Orden Mejía, M. (2018). Motivaciones, valoración y satisfacción del Turista en un destino de Sol y Playa de Ecuador. *Espacios*, 39 (13). doi:0798 1015
- Devesa Fernández, M., Laguna García, M., y Palacios Picos, A. (2008). Un modelo estructural sobre la influencia de las motivaciones de ocio en la satisfacción de la visita turística. *Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 24 (2). doi:2174-0534
- Más de 4.500 personas han llegado al Tattoo Fest Guayaquil 2017 (9 de julio, 2017). El Universo. (2017). Recuperado de <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2017/07/09/nota/6272929/mas-4500-personas-han-llegado-tattoo-fest-guayaquil-2017>
- Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil. (2017). Guayaquil será sede del International Tattoo Fest. Recuperado de: <https://www.guayaquilesmidestino.com/es/sala-de-prensa/guayaquil-sede-tattoo-fest>
- Flores Ruiz, D., Sánchez López, C., y De la O Barroso González, M. (2017). La demanda de turismo cinematográfico de festivales. El caso del Festival de Cine Iberoamericano de Huelva. *Cuadernos Geográficos*, 56 (2), 245-262. doi:0210-5462
- Frankel, S., Childs, M., & Kim, Y. K. (2019). Attending a tattoo convention: to seek or escape? *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33 (2), 282-294. doi:10.1080 /10548408.2018.1527275
- Games de Morales, A. (2010). Turismo de eventos: Un análisis del impacto económico en el comercio de la ciudad de Barretos (Brasil) durante la fiesta del peón rural. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21 (6), 1594-1608. doi:0327-5841
- Grillo, C. K. y Lanzarini, R. (2019). Turismo de eventos en la ciudad de Sao Paulo - Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 28 (4), 1146 – 1162. recuperado de <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V28/N04/v28n4a15.pdf>
- Kluger, N. (2016). Tattooing in Finland: A survey in a tattoo convention. *Forum for Nordic Dermato-Venerology*. 21 (2), 62-66.
- Mora Jácome, V., Ludeña Reyes, A. P., Ochoa, T. J., y Sánchez Cevallos, E. (2017). Motivaciones del Turista Religioso - Peregrino y su satisfacción. *International Journal of Professional Business*, 3 (1), 50-68. doi:10.26668/businessreview/2018.v3i1.79

- Oklobdžija, S. (2015). The role of events in tourism development. *Часопис БизИнфо*, 6 (2), 83-97. doi:10.5937/bizinfo15020830
- Panfiluk, E. (2015). Impact of a Tourist Event of a Regional Range on the Development of Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Science*, 213, 1020-1027. doi:10.1016/j.sbspro.2015.11.520
- Pérez Gálvez, J. C., López Guzmán, T., & Muñoz Fernández, G. A. (2015). Motivación y satisfacción turística en los festivales del vino: XXXI ed. cata del vino Montilla-Moriles, España. *Tourism & Management Studies*, 11(2), 7-13. doi:10.18089/tms.2015.11201
- Quinn, B. (2009). Festivals, events, and tourism. In T. Jamal & M. Robinson *The SAGE handbook of tourism studies* (483-504). London: SAGE Publications Ltd doi: 10.4135/9780857021076.n27
- Rodríguez, P. (2017). Las más reconocidas convenciones de tatuajes en el mundo. Obtenido de Barber's Ride: <http://thebarbermagazine.com/2017/05/las-mas-reconocidas-convenciones-de-tatuajes-en-el-mundo/>
- Wojciech, J. (2018). Russian centre on the map of the martial arts tourism – Congress and festival in Saint Petersburg, Russia. *Artes Marciales Asiáticas*, 13 (1), 61-66. doi:10.18002/rama.v13i1.5166

TURISMO EN TERRITORIOS DE VACA MUERTA. ¿PUEDE CONVIVIR CON LOS IMPACTOS DEL FRACKING? ENSAYO.

M. Alejandra Gazzera*
Marcelo Impemba**

Facultad de Turismo
Universidad Nacional del Comahue

CONTACTO

*  alegazzera@gmail.com

**  0000-0002-2217-4736

 impemba@smandes.com.ar

Cita recomendada (APA 6ta ed.)

Gazzera, M.A., e Impemba, M. (2020).
Turismo en territorios de Vaca
Muerta. ¿Puede convivir con los
impactos del fracking?. *Realidad,
Tendencias y Desafíos en Turismo*,
18 (1), 103-112.

Recibido: 11/10/2019.

Aceptado: 06/11/2019.

RESUMEN

En este momento aparece el proyecto de turismo en Añelo (Provincia de Neuquén) y su zona de influencia con el Shale Tour, como una actividad supuestamente complementaria que serviría para diversificar económicamente la ciudad y toda la región, dominada por las formas extractivas que imponen en Vaca Muerta, las empresas petroleras y el Estado Nacional en asociación con la provincia de Neuquén.

Pero la cuestión, a través del presente ensayo y que deseamos poner en debate es ¿La exploración y explotación no convencional de petróleo y gas, puede convivir en el mismo espacio con la biodiversidad y en nuestro caso el turismo? Un territorio donde la conflictividad está dada por la fuerte contradicción entre los conceptos que defienden el desarrollo local y sustentable.

PALABRAS CLAVE

turismo- fracking - shale tour - desarrollo turístico - vaca muerta.

TOURISM IN TERRITORIES OF VACA MUERTA. IT COEXIST WITH FRACKING IMPACTS? ESSAY WRITING.

M. Alejandra Gazzera*

Marcelo Impemba**

Tourism School
National University of Comahue

CONTACT

*  alegazzera@gmail.com

**  [0000-0002-2217-4736](https://orcid.org/0000-0002-2217-4736)
 impemba@smandes.com.ar

Recommended citation style (APA 6ta ed.)

Gazzera, M.A., e Impemba, M. (2020). Paradigma mixto y los estudios de turismo. *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 18(1), 103-112.

Received: 11/10/2019

Accepted: 06/11/2019

ABSTRACT

At this moment the tourism project in Añelo appears and its area of influence with the Shale Tour, as a supposedly complementary activity that would serve to diversify economically the city and the whole region, dominated by the extractive forms that impose on Vaca Muerta, oil companies and the National State in partnership with Neuquén province.

But the question through this essay and which we wish to put into debate is ¿The unconventional exploration and exploitation of oil and gas, can coexist in the same space with biodiversity and in our case tourism? A territory where conflict is given by the strong contradiction between the concepts that defend local and sustainable development.

KEYWORDS

tourism- fracking- shale tour- development tourist- vaca muerta.

TURISMO Y DESARROLLO: EVIDENCIAS Y CONTRADICCIONES

No cabe duda de que el turismo representa una actividad económica en expansión, demuestra uno de los mayores índices de crecimiento, y despertando el interés de parte de diversos sectores políticos tanto públicos como privados. Representantes de estamentos gubernamentales o asociaciones empresariales y/o profesionales, consideran al turismo una importante fuente generadora de divisas y empleos, dos aspectos que son esenciales para las políticas nacionales en la actualidad.

“El impostergable reconocimiento de la crisis desarrollista llevó al reclamo, no de un desarrollo alternativo sino de alternativas al desarrollo (Viola, 1999). Las perspectivas críticas antes referidas, han encaminado sus discusiones optando por una de estas dos salidas.” (Flórez Flórez, 2009, p. 14).

Según Escobar (2007) el desarrollo es un discurso histórico y socialmente construido, y solo así se podrá entender las razones que llevaron a tantos países de ser considerados “subdesarrollados” -en la segunda mitad del siglo XX-, a tratar de buscar caminos que los saquen parcialmente de esa categoría. Diversas estrategias económicas se llevaron a cabo en los países periféricos o “subdesarrollados”. Según expresa Palomo Garrido (2012), el turismo representa una solución a situaciones de desempleo y crisis económicas o fuerte recesión. El turismo es una fuente de divisas, indispensable en estos momentos para el país, para compensar la balanza de pagos negativa y el déficit fiscal.

Con la frase “industria sin chimeneas”, se consolidó una idea arraigada del turismo, considerando esta actividad humana donde prevalece los beneficios económicos que genera, pero no los efectos contaminantes de una actividad industrial. Contradictoriamente, este enfoque no contempla las necesidades e impactos en las poblaciones locales, y/o las restricciones o consecuencias que trae aparejado ciertos formatos de turismo de corte masivo, hoy denominado con características extractivistas.

Se requiere un debate sobre las características y alcances del “desarrollo turístico”, un análisis crítico que se apoye en las consecuencias de procesos históricos o de construcción de las diferencias, en un territorio mediatizado por el turismo, expresando relaciones de poder y la conflictividad resultante de los intereses contrapuestos, entre los integrantes de una sociedad que conforma un destino turístico.

“En esta instancia, se vuelve relevante recordar que la conformación del territorio es el resultado de la superposición de acciones llevadas a cabo por una multiplicidad de actores en distintas escalas (Raffestin, 1993) y, por ello, se hace necesario el

análisis del entramado de relaciones de poder que está en juego en la producción y reproducción del mismo.” (Schweitzer, Scardino y Petrocelli, 2018, p. 132)

Más allá de las particularidades territoriales, la teoría y la práctica sostendrían que, toda región y/o localidad contarían con posibilidades -potenciales y/o reales- de contar con lugares y paisajes pasibles de ser desarrollados turísticamente. El tema que aquí se plantea y pone en debate, es si el turismo es factible en un contexto dominado por explotaciones primarias o industriales fuertemente cuestionadas por su impacto en el ambiente, tanto por organizaciones ambientalistas a nivel internacional, nacional y/o locales. Entre estas actividades se destacan la minería a cielo abierto, petróleo extraído por métodos no convencionales o cultivos con fumigaciones con pesticidas prohibidos en otros lugares del mundo.

AÑELO, EL PROYECTO DEL SHALE TOUR Y LA MARCA VACA MUERTA

Añelo es una localidad ubicada en el departamento del mismo nombre de la provincia de Neuquén, a 100 kilómetros de su ciudad capital, y se encuentra estratégicamente sobre uno de los reservorios de gas y petróleo más grandes del mundo. Por esta y otras razones identifican a esta localidad y la zona que la circunda como el “Corazón de Vaca Muerta”.

Este pueblo de base rural asentado en las cercanías del río Neuquén, estuvo ajeno a las sucesivas olas migratorias que vivió la provincia de Neuquén -en especial el departamento de Confluencia-, en las décadas de los '70 en adelante, con fuerte impacto en los '80 y '90 (estas dos últimas décadas relacionadas con el regreso de la democracia la primera y las consecuencias de las políticas neoliberales en la última década del siglo XX). Fenómeno migratorio que se repitió en el actual siglo, luego de las consecuencias socioeconómicas de la crisis del 2001. Neuquén siempre fue un atractivo para conseguir empleo, y este fenómeno le ha dado una conformación sociodemográfica particular, a una provincia gobernada por el mismo partido provincial desde hace sesenta años.

Pero desde los últimos diez años, todo este panorama cambió abruptamente con la irrupción de la explotación petrolera denominada shale o no convencional, basada en la fractura hidráulica o *fracking* en el área geológica conocida mundialmente con el nombre de Vaca Muerta. Bajo la promoción de los gobiernos provincial y nacional mancomunadamente, y enaltecidas las “bondades y posibilidades de Vaca Muerta” por los medios de comunicación, el departamento de Añelo tuvo un incremento poblacional del 42,8% en el período intercensal de 2001 al 2010 y la ciudad de Añelo del 40,6% en los últimos

tres años, mientras la provincia tuvo un crecimiento poblacional sostenido por encima del 15%.

Calles de tierra y construcciones precarias, todavía perduran de la primera etapa de Añelo. Hasta finales del siglo XX, estaba habitado por unos pocos pobladores y algunos comercios para proveer al área rural, que vivía de una economía de subsistencia, dependiente de la ganadería caprina y ovina principalmente. También del Estado provincial sirvió como empleador y asistencia social: una característica afín a la mayoría de las localidades del interior de Neuquén.

Con el manejo hidroeléctrico de la cuenca del río Neuquén a través del complejo Cerros Colorados / Planicie Banderita a partir de los '70, en la década siguiente y, con el desarrollo del sistema de irrigación, se consolidó un área frutícola especializada en frutas de carozo, en forma conjunta con el cultivo de forrajes y en menor medida la cría de ganado. Gran cantidad de chacras se asentaron alrededor de Añelo, que servía como centro de servicios a una población que apostaba a las posibilidades de la producción agropecuaria.

Luego y a favor de políticas estatales en la década de los '90 de base neoliberal, al amparo de créditos estatales favorables, se fueron consolidando modernas bodegas y viñedos para la producción vitivinícola de alto nivel, posicionando sus vinos de origen patagónico en el mercado nacional e internacional.

Según el Plan de Desarrollo para la ciudad de Añelo elaborado por el Consejo para la Planificación y el Desarrollo de la Provincia de Neuquén (COPADE) en el año 2014,

"Al este y oeste de la localidad en los márgenes de las rutas N°7 y 17 existen zonas productivas bajo riego, con variedad de producciones primarias como vitivinícola, ganadera, forrajera, hortícola, olivícola, frutícola, entre otras. Las perspectivas del sector tienen que ver con mecanizar la cosecha (asociado al problema de contar con mano de obra) y procesar el aceite en la zona. Además, estos proyectos pueden estar vinculados al agroturismo". (p.16)

Pero todo cambió drásticamente para la vida social, económica y ambiental de Añelo, con la llegada de la explotación petrolera por el sistema fracking, un proceso que está destinado a "fracturar" la roca madre, destacándose por realizar perforaciones tanto verticales como horizontales, y utilizar agua, arenas y químicos, para extraer los restos de petróleo que esconde la formación denominada Vaca Muerta. Una actividad fuertemente cuestionada a nivel mundial por sus impactos, tanto en las profundidades como sobre la superficie.

Como sostienen Svampa y Viale (2014) en su libro Maledesarrollo:

“Contra la opinión de muchos que festejan un futuro promisorio en la materia, nos resulta muy preocupante la incorporación de los hidrocarburos no convencionales como uno de los principios del proyecto de ley. El gas de esquisto o shale gas es equivalente a la megaminería a cielo abierto, hoy muy cuestionada tanto en nuestro país como en otras.” (p. 304)

Una combinación extractiva para muchos especialistas, con daños ambientales inevitables más allá de los controles.

Añelo quedó en una posición estratégica en cuanto a la operación de las empresas petroleras extranjeras o YPF en asociación con las mismas. Se creó y generó un nuevo pueblo petrolero, como se lo denomina comúnmente, en una provincia que ya tiene una amplia experiencia: desde Cutral Co y Plaza Huincul hasta más acá en el tiempo Rincón de los Sauces y en este caso Añelo.

En estos pretendidos polos de desarrollo como es el caso de estudio, gente de todas las provincias y de países limítrofes llegan atraídas por las perspectivas de una supuesta bonanza petrolera. Contradictoriamente, por la ventana del boom también asoma el desempleo, porque como sostiene su Intendente se ve enfrentado el municipio a la problemática, de muchas de las personas que llegan a buscar trabajo, carecen de formación o no califica para estos empleos, además de la capacitación y experiencia o cuestiones de edad y salud.

El desarrollo económico de la provincia de Neuquén depende y se apoya sobre la actividad hidrocarburífera, la renta y regalías resultantes -en la actualidad del shale gas y shale oil-, y esta actividad en especial genera un fuerte impacto sobre un espacio social complejo. Son evidentes los procesos de conflictividad, sobre un territorio considerado un recurso, dominado por los valores que impone Vaca Muerta. Tanto privados, como comunidades mapuche -que denuncian el incumplimiento de la Ley 26.160 de regularización de las tierras indígenas, ni acuerdos internacionales que establecen la consulta y consentimiento previo-, se enfrentan en mismo espacio en disputa, mediados por el propio Estado provincial.

Debido a la ausencia de viviendas en Añelo, y de espacios aptos o a precios fuera de toda lógica inmobiliaria para su construcción, en forma desordenada y contra reloj, muchos vecinos quisieron aprovechar esta bonanza transitoria, quizás irrepetible. Han construido en el terreno o aún en el patio de su propia casa, metros cuadrados ocupados para alojamiento temporario o permanente, o casas de comidas y locales comerciales. Hoteles de mayor categoría están destinados principalmente a quienes se desempeñan en puestos jerárquicos.

Estos alojamientos tienen una ocupación casi plena durante todo el año, con una demanda cautiva y contratos anuales con empresas.

En contraposición, se extiende innumerables casas, construidas en forma precaria sobre terrenos tomados entre la barda y la ruta, mientras sus moradores esperan alguna alternativa laboral en el mundo de Vaca Muerta.

Las chacras son vendidas para ser loteadas, y hay bodegas cerradas con sus viñedos secos y abandonados, ante la falta de interés o rentabilidad. Para los profesionales especialistas, no es posible hablar de convivencia entre las dos economías cuando la decisión de hacer fruta o petróleo queda librado a las dinámicas del mercado.

¿Cuáles son las posibilidades que tiene el municipio local para planificar o reglamentar su crecimiento? En nuestra opinión son escasas, ya que depende de factores y actores exógenos. Su destino está establecido de antemano por las empresas petroleras, junto al Estado provincial en sociedad con el gobierno nacional.

En este contexto, el gobierno de la provincia de Neuquén pretende poner en marcha el *Shale Tour* en Añelo y su zona de influencia, como una actividad que contribuiría a la diversificación económica de la ciudad y de toda la región, aprovechando la marca o denominación de "origen" de Vaca Muerta.

Contempla variados productos turísticos potenciales, tales como el Turismo Geológico, Turismo Arqueológico, Actividades Náuticas, Balneario, Kayak, Mountain Bike, Gastronomía Regional y Turismo Idiomático.

Impulsado por el Estado neuquino a través del Ministerio de Turismo Provincial, con el aporte del Consejo Federal de Inversiones (CFI), el *Shale Tour – Vaca Muerta* se verá plasmado en un "Plan Master", donde se desagregarán las etapas e inversiones para contar con la infraestructura y servicios turísticos necesarios. En el plan están involucradas las localidades de Añelo, que hoy es el centro de operaciones de las compañías petroleras, junto a los parajes rurales de Los Chihuidos y Aguada San Roque. Estas comunidades conforman un triángulo, en un sector vital de la formación Vaca Muerta, de indudable valor estratégico.

En otras palabras, un circuito y producto turístico que conviva con los yacimientos no convencionales de petróleo y gas, explotado por empresas nacionales y extranjeras.

CONSIDERACIONES FINALES

Es indudable el reconocimiento a nivel internacional que tiene la estepa patagónica, y en particular la región correspondiente al yacimiento hidrocarburífero Vaca Muerta (gran parte de la provincia de Neuquén y en mucho menor medida el sur de Mendoza y noroeste de Río Negro), como ámbito ideal para desarrollar actividades relacionadas con el denominado turismo aventura, arqueológico y/ paleontológico entre otras variantes.

Para aprovechar al máximo estas virtudes naturales y culturales, las autoridades nacionales y de la provincia diseñaron el “*Shale Tour-Vaca Muerta*”, un proyecto sobre una formación geológica conocida en el mundo en los últimos años y que ha posicionado a Neuquén y Añelo, como consecuencia del boom que significó este desarrollo de yacimientos de petróleo y gas no convencional.

Sin embargo, a pesar de una política favorable, en particular del turismo de aventura en Argentina y en especial en la Patagonia, este no se ha desarrollado con criterios ambientalistas avalados internacionalmente. Prácticamente no hay actividad humana que no produzca impactos sobre el ecosistema. En el caso del turismo, las presiones tanto económicas como inmobiliarias -de corto término- dominan el escenario, dejando escaso espacio para las preocupaciones de más largo plazo. El debate contemporáneo sobre la temática ambiental está atravesado por intereses políticos y económicos que profundizan las incertidumbres en la toma de decisiones.

Pero la cuestión que aquí deseamos analizar, es si la exploración y explotación no convencional de petróleo y gas, fuertemente cuestionada a nivel mundial por las críticas que recibe el *fracking* como método de extracción, puede convivir en el mismo espacio con la biodiversidad y en nuestro caso el turismo. Una actividad que fluctúa entre la complejidad y la heterogeneidad de diversos actores e intereses en muchos casos contrapuestos.

En el actual siglo y en un clima donde se hace hincapié en un turismo sustentable, un modelo basado en el cuidado del medio ambiente, la protección de la naturaleza y el patrimonio natural – cultural, considerados estos como “bienes comunes con contenido social”, donde se plantea el desarrollo local con una amplia participación de la comunidad residente.

En definitiva, en un espacio “invadido” por el tan cuestionado “*fracking*” como modelo de extractivismo, y el desarrollo petrolero no convencional -que en principio prevalecerá por décadas-, nos preguntamos si es posible el desarrollo turístico contrapuesto, de base sostenible y participativo.

De un lado, una estrategia política estatal provincial, que da sentido a

esta lógica extractivista e impone un vaciamiento de contenido a conceptos como "valor social", "sustentabilidad" y/o "participación social". Aquello que intentaría defender y sostener contradictoriamente el turismo del denominado "Shale Tour".

Se trata de un mismo territorio, donde la conflictividad está dada por la fuerte incompatibilidad entre los conceptos que defienden el desarrollo local y sustentable, en contra de la "apropiación" económica de dicho espacio social – base de toda forma de extractivismo-, e impactos a largo plazo que "heredarán" los propios habitantes, a pesar de medidas paliativas de remediación ambiental, que no pueden evitar lo ya inevitable.

Nota: El ensayo se enmarca dentro del Proyecto Unidades Ejecutoras (IPEHCS CONICET- UNCo) titulado "La (re) producción de las desigualdades en la Patagonia Norte. Un abordaje multidimensional".

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Consejo para la Planificación y el Desarrollo de la Provincia de Neuquén (2014). Plan de desarrollo para la ciudad de Añelo. Recuperado de <http://www.canqn.org.ar/wp-content/uploads/2014/06/INFORME-A%C3%91ELO.pdf>

Escobar, A. (2007) *La invención del Tercer Mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo*. Caracas: Fundación Editorial el perro y la rana.

Flórez Flórez, J. (2009). Los movimientos sociales y la crisis del desarrollismo. Una aproximación teórica desde Latinoamérica. *Clacso*, #5. Obtenido de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/collect/clacso/index/assoc/D5415.dir/5.florez-florez.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Censos (1991). Censo Nacional de Población y Viviendas. Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadística y Censos

----- (2001). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas del año 2001. Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadística y Censos

----- (2012). Censo nacional de población, hogares y viviendas 2010. Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Palomo Garrido, A. (2012) *Apuntes teóricos para el estudio de la Globalización desde la perspectiva de las Relaciones Internacionales*. *Confines de relaciones internacionales y ciencia política*, 8 (16), 69-109. Recuperado en 30 de junio de 2019, de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S187035692012000200004&lng=es&tlng=es.

Raffestin, C. (1993). *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Atica.

Schweitzer, M., Scardino, M., y Petrocelli, S. (2018). El Territorio de los Hidrocarburos en Vaca Muerta. En M. Saduño, & J. Leal, *Aproximaciones críticas a la relación Estado y territorio en contextos de globalización neoliberal* (124-147). Buenos Aires, Argentina: CLACSO.

Svampa M., y Viale E. (2014). *Maldesarrollo. La Argentina del extractivismo y el despojo*. Buenos Aires: Katz.

INFORMACIÓN ACCESIBLE PARA EMPRENDER EN TURISMO

Martin Herrero*
Magdalena Perini**

Facultad de Turismo.
Universidad Nacional del Comahue.

CONTACTO

*  [0000-0003-0562-1941](https://orcid.org/0000-0003-0562-1941)
 economiamartinherrero@gmail.com

**  [0000-0003-1008-8766](https://orcid.org/0000-0003-1008-8766)
 magdalenaperini@yahoo.com.ar

Cita recomendada (APA 6ta ed.)

Herrero, M. y Perini, M. (2020). **Información accesible para emprender en turismo.** *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 18 (1), 113-128.

Recibido: 27/04/2020.

Aceptado: 18/06/2020.

RESUMEN

El turismo como actividad económica está integrado por oferentes y demandantes de productos y servicios. Dicha oferta se compone, en su mayoría, de micro y pequeñas empresas que llevan tiempo en el mercado como así también de nuevos emprendimientos que incrementan, innovan y mejoran la oferta turística local. Para quienes inician el proceso, alcanzar la situación deseada, requiere de información que les permita invertir, desarrollarse y sostenerse a lo largo del tiempo con las menores pérdidas posibles. El objetivo de la investigación es analizar las características de la información generada para los grupos de interés (excluyendo turistas) por los organismos oficiales de turismo en relación a los mercados.

La metodología utilizada se encuadra en el paradigma cualitativo y el diseño de investigación es de tipo exploratorio. Para la recolección de datos, se utilizó entrevista en profundidad con bajo nivel de estructuración, y complementada, con la observación participante, así como el análisis de documentos relevantes. La triangulación de los datos fue la estrategia utilizada para el análisis de los datos.

En cuanto a la discusión, la misma se basa en el acceso al financiamiento y la disponibilidad de información para el emprendedor. Al encontrarse fragmentada la información, el emprendedor debe ir a cada organización para conocer cuáles son las condiciones y características que pueden contribuir con su idea; impidiendo de esta manera, el acceso sencillo y acorde a las necesidades de los mismos.

Se puede concluir que en el caso analizado de la ciudad de Neuquén, la información no es prospectiva para quienes emprenden en turismo, tanto de oportunidades de mercado como de análisis de comportamiento del consumidor. Dicha información es necesaria para lograr mejores participaciones de mercado y permitir un mayor

y permitir un mayor ajuste en el proceso decisorio no solo del destino, sino también del sector privado. Existe, asimismo, una variada oferta de los proveedores, pero la información está supeditada al interés del mismo en promocionarse.

PALABRAS CLAVE

información - emprendedor - decisiones - competitividad - articulación.

REACHABLE INFORMATION TO ENTERPRISE IN TOURISM.

Martin Herrero*
Magdalena Perini**

Tourism Faculty.
Comahue University.

CONTACT

*  [0000-0003-0562-1941](https://orcid.org/0000-0003-0562-1941)
 economiamartinherrero@gmail.com

**  [0000-0003-1008-8766](https://orcid.org/0000-0003-1008-8766)
 magdalenaperini@yahoo.com.ar

Recommended citation style (APA 6ta ed.)

Herrero, M. y Perini, M. (2020). Información accesible para emprender en turismo. *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 18 (1), 113-128.

Received: 27/04/2020.

Accepted: 18/06/2020.

ABSTRACT

Tourism as an economic activity is made up of suppliers and demanders of products and services. The micro and SMEs offer that products and services because they have been on the market for a long time, as well as new ventures that increase, innovate and improve the local tourist offer. Who initiate that process, it requires information that allows them to invest, develop and sustain themselves over time with as few losses as possible, as a desired situation. The issue of the research is to analyze the characteristics of the information generated for interest groups (excluding tourists) by official tourism organizations in relation to markets.

The methodology used is framed within the qualitative paradigm and the exploratory type research design. For data collection, an in-depth interview with a low level of structuring was used, and complemented with participant observation, as well as the analysis of relevant documents. Data triangulation was the strategy used for data analysis.

Regarding the discussion, access to financing and the availability of information as it is found in a fragmented way, the entrepreneur has to go to each organization to know its conditions and characteristics, preventing easy access and according to their needs.

It can be concluded that in the analyzed case of the City of Neuquén, the information is not prospective for those who undertake tourism, both of market opportunities or of consumer behavior analysis to achieve better market shares and allow a greater adjustment in the decision-making process not only of the destination, but also of the private sector. There is a varied offer of suppliers but the information is contingent to the interest of the same in promoting their products.

KEYWORDS

information - entrepreneur – decisions -
competitiveness - joint.

INTRODUCCIÓN

Para dar inicio al siguiente trabajo, empezamos preguntándonos: ¿qué condiciones serán necesarias para comenzar un emprendimiento turístico?, ¿qué requisitos debería tener o cumplir un emprendedor para empezar?, ¿qué información requiere el emprendedor de su entorno y del exterior para lograr con éxito su propósito? A partir de estas primeras cuestiones, es menester conocer la opinión de los organismos que nuclea y brindan información a los emprendedores: ¿se tiene conocimiento de sus necesidades y de lo que se requiere para lograr con éxito el nacimiento de emprendimientos?, ¿es posible lograr que, a partir de emprender, se pueda ofrecer una oferta innovadora y así, mejorar los productos y servicios turísticos? Las respuestas son múltiples y diversas, aunque se podría asumir que será necesario contar con información (y determinar de qué tipo debería ser la misma) que sea de utilidad. El presente trabajo apunta a analizar qué tipo de información y cuáles serán las posibles opciones para construir la misma y lograr cumplir con el objetivo, superando obstáculos y barreras. Será de suma importancia para no fracasar, que la calidad y acceso a la información sean válidas y confiables, teniendo en cuenta que debe reunir determinados requisitos para que pueda considerarse pertinente y accesible, tanto aquella que será importante construir de manera interna como aquella que se obtendrá de manera externa. Se ha considerado como caso de análisis a la ciudad de Neuquén (Patagonia Argentina) y a los emprendedores del sector turístico.

Al comienzo, es necesario conocer a los visitantes y sus necesidades al arribar a la ciudad, sus principales características y el volumen de los mismos, como así también a la oferta actual de productos y servicios que atiende a la demanda de Neuquén capital. Se parte de la existencia de un desconocimiento en profundidad de las necesidades de información de los posibles emprendedores y la utilidad para los mismos. Si bien existe una importante información elaborada y distribuida, la misma, está más vinculada a prácticas consuetudinarias propias de los organismos estatales, que a responder a necesidades debidamente identificadas de los públicos objetivo.

Dentro del análisis realizado, es notoria la utilización de estadísticas de ocupación y de gasto turístico que se relevan y se comunican entre el nivel municipal y provincial, aunque su principal debilidad es un fuerte desfase entre la obtención de los datos y su posterior publicación. En cuanto al acceso a la misma, el proceso puede definirse como poco amigable para los emprendedores, ya que sí bien el camino es rápido y efectivo, sólo se visualizan informes ya publicados con un año y medio de atraso desde su recolección hasta su sistematización y publicación. Para el incremento de la oferta además, es clave conocer los niveles de inversión necesaria para emprender, tanto de proveedores, que se encuentren cercanos a la localización del emprendimiento

y adquirir aquello que es necesario para conformar dicho emprendimiento, como del acceso al financiamiento externo para obtener recursos y concretar dicha inversión.

Para enmarcar la investigación, es necesario apelar a algunas cuestiones teóricas que guiaron el proceso de análisis.

LA INFORMACIÓN Y SU RELEVANCIA

La información, para que pueda considerarse que es útil, tiene algunas características que deben cumplirse, a saber:

- **Exactitud:** no debe poseer errores. En relación a esto, puede mencionarse la verificabilidad y la integridad que incluye la fuente de donde proviene –es decir su confiabilidad-;
- **Completitud:** debe contener todos los datos importantes;
- **Pertinente:** apropiada para analizar la situación que se trate;
- **Oportuna:** que esté disponible cuando se la necesite; disposición de la información con la anticipación suficiente para planear una respuesta adecuada;
- **Económica:** debe incluir la evaluación del valor de la información con el costo de producirla;
- **Flexible:** que pueda ser utilizada por diferentes áreas empresariales;
- **Simplicidad:** un exceso de complejidad puede derivar en la imposibilidad de identificar lo verdaderamente importante.

La información será importante si es útil, si a partir de la misma es factible tomar decisiones. Cuando las decisiones poseen mayor complejidad, y se transforman en críticas o importantes, es necesario meditar las alternativas para decidir correctamente. "Las decisiones críticas son las que no pueden ni deben salir mal o fracasar" (Amaya Amaya, J, 2010, p.3).

¿Es lo mismo dato que información? Los datos son realidades concretas en su estado primario, mientras que la información es el conjunto de datos organizados de tal modo que adquieren un valor adicional más allá del propio (Mancini y Toros Scorians, 2011).

Se acuerda con Sántaga (2011) que la información parte de una necesidad,

Figura 1. Recorrido Informativo.



Fuente: elaboración propia en base a Antonioli Corigliano citado por Santágata (2011 p. 12).

de una intención para ser relevada y sistematizada. Para ser considerada relevante, tiene un proceso de elaboración que es necesario pensar, para que la misma pueda ser de utilidad. No todo dato de la realidad puede convertirse en información, dado que es necesario tener claro cuál es el objetivo y necesidad de su relevamiento. A continuación, se muestra gráficamente el proceso.

Teniendo claro que la información tiene un proceso de elaboración y para ser considerada como tal, tiene que reunir ciertas características, ahora se puede reflexionar cuales son los requerimientos reales de los emprendedores. De esta manera, definir cuáles serán las prioridades y listar las necesidades reales de los mismos en términos de información pertinente para tomar buenas decisiones. Es importante mencionar que en los últimos años han surgido una gran cantidad de organizaciones en el país, que han desarrollado herramientas que buscan mejorar el acceso a la información, la calidad y pertinencia de la misma. En algunos casos se tratan de asociaciones de empresarios que buscan producir su propia información ya sea para uso exclusivo de sus asociados como, asimismo, elaborar informes de coyuntura (Cámaras empresarias locales, Asociación de Hoteles de Turismo, Federación Hotelera Gastronómica de la República Argentina, Cámara Argentina de Turismo).

¿Cómo se puede conocer esas necesidades?, ¿es factible acceder a las mismas que tienen los emprendedores?, ¿van cambiando a lo largo del tiempo?:

para responder a estas cuestiones, es preciso identificar a los principales atributos y requerimientos que tienen, de manera general, los emprendedores.

EMPRENDEDOR: CARACTERÍSTICAS Y CONCEPCIONES

Antes de considerar cual será la información que un emprendedor necesita, es importante definir qué es un emprendedor y porque requiere tomar decisiones.

Filion (2003) propone una definición del emprendedor desde lo que es y lo que hace y, en este sentido, lo describe con las siguientes características: innovador, visionario, asume riesgos, independiente, creador, orientado a resultados, flexible, con alta necesidad de logro, con confianza e iniciativa, tolerante y con un nivel alto de sensibilidad (p. 131-132). Asimismo, Kirzner (2007), enriquece la comprensión del concepto emprendedor a partir de la perspicacia del individuo dirigida tanto a la búsqueda de fines nuevos y provechosos como a la exploración de recursos, los cuales permiten que la acción humana sea activa y creadora. Para lograr fines, es necesario determinar desde qué lugar se parte o qué se quiere lograr a partir de poner en marcha un negocio. (Kirzner 2007, p. 113-114).

Por su parte, Carland & Carland (1997), aseguran que entre las características más comunes encontradas en los emprendedores están la preferencia por la innovación, el riesgo y la necesidad de logro, y, dado que encuentran diferencias y distintos niveles entre los emprendedores, proponen clasificarlos en tres grupos: micro emprendedores, emprendedores y macro emprendedores. La voluntad es la determinación del sujeto para orientar el curso de su acción creativa en la realidad social y económica llamada empresa, por lo que puede decirse que emprender es, antes que nada, un acto intencionado, el acto de la voluntad de emprender que se despliega en el entorno o mundo de la vida como realización de una idea. Esto, además, revela la existencia de un sentido constituyente, de una razón profunda que mueve el sujeto a la acción (p. 34). Visto de este modo, el emprendimiento (su significado, sus implicaciones y su relevancia) puede delimitarse a partir de las vivencias o experiencias significativas de los emprendedores, pues en ellas se fijan los elementos que constituyen su núcleo como experiencia común, experiencias intersubjetivamente relacionadas; por esto, la atención se dirige a los modos en que los emprendedores vivencian el fenómeno (Orrego Correa 2014, p. 24). Se puede argumentar que la persona que se transforma en emprendedor cuenta con motivaciones inherentes a sus necesidades, experiencias propias o aprendizajes de otros que pueden observarse y un logro a obtener. Este último, puede vincularse con aprendizajes propios, internos, como así también de un grupo o entorno que comparte el objetivo a lograr.

Herrera (2002) plantea que la voluntad individual representada en el “yo puedo”, con el propósito de desarrollar una acción conjunta, trasciende a un yo comunitario. Pero es en estos actos comunitarios en los que se da la convicción colectiva los que pertenecen al mundo de la vida concreta y se ordenan como sistemas de acciones y objetivos definidos comúnmente la acción de emprender entraña una voluntad, a partir de la cual el emprendedor provee de sentido y significado su proyecto de vida, lo que implica trascender de la subjetividad a la intersubjetividad, en cuanto que para su realización requiere la colaboración de otros y de sus experiencias organizativas. La comprensión del emprendimiento como realización de vida es posible gracias a la comunicación, a las interacciones con los sujetos en las que se persuade y a la intersubjetividad que hace posible su realización. Así, por medio del lenguaje se comprende y otorga sentido a la acción emprendedora, que implica la posibilidad de movilizar la voluntad del otro en cumplimiento de una meta o proyecto, mediante la unión de esfuerzos. (p. 166). El entorno del emprendedor entonces es clave, para identificar sus necesidades de información internas como así también de aquellas externas, que se encuentran justamente en su alrededor, vinculados al sector donde se quiere emprender como así también, aquella inherente a aspectos generales asociados a la gestión y administración propia del negocio.

Otro aspecto relevante es la influencia de las relaciones interpersonales o comunitarias en la decisión y la acción individual de emprender. En efecto, la intersubjetividad es la fuerza que cohesiona y potencializa el proyecto de vida, a partir de lo cual se genera la confluencia de voluntades necesaria para animar la acción individual. En otros términos, el emprendedor percibe que en todas las actividades del proceso creador es necesaria la colaboración de otros sujetos para potenciar su voluntad; más aún, comprende la ventaja que representa la concurrencia de voluntades, cuyo papel, además de captar oportunidades, información y recursos, es ayudar a enfrentar los problemas de la gestión. La riqueza de la intersubjetividad es tal que incluso las mayores dificultades sirven de motivación e impulso para la creación, la innovación y el progreso. (Orrego Correa, 2014, p. 25)

A partir de la definición de emprendedor y sus motivaciones, el siguiente paso a definir para comenzar un emprendimiento será determinar en qué rubro o sector se quiere estar, o dicho en otras palabras, en qué mercado se quiere estar. Aquí la noción de mercado de referencia es desarrollada por Lambin (1995), a partir de la interpretación que hace de Abell (1980), quien define el interés del mercado de referencia como “el punto de partida del pensamiento estratégico”. Para González y Perini (2014) cuando se inicia el estudio de mercado, usualmente se piensa como tal al grupo de consumidores, o bien se realiza a partir de las tecnologías o productos que un proyecto puede ofrecer como satisfactor para las necesidades de la demanda. Esta no es la forma de abordar el conocimiento del mercado en términos estratégicos. Para hacerlo, el

ámbito de actividad debería estar definido en relación a una necesidad genérica, es decir, en términos de “solución” aportada al comprador y no meramente en términos técnicos, ya que esto conduciría a cierta miopía o superposiciones y redundancias en el trabajo de segmentación que se desarrolle luego (p. 48-49). Una vez definida la necesidad y las características de los clientes (en palabras de Lambin (1996) grupos de consumidores), la tercer cuestión será la oferta de productos o servicios que tendrá el emprendimiento, es decir el resultado del proceso productivo. Estos productos o servicios será lo que los clientes comprarán a un determinado precio y competirán con otros oferentes que están o estarán en ese mercado de referencia.

Como puede observarse, hay aspectos individuales del emprendedor que están vinculados a sus objetivos, motivaciones, fines y decisiones personales de tener y administrar una idea a concretarse. Además, requiere de la colaboración de otros, externos, de su entorno real que le permitan lograr sus metas individuales. La información a considerar como relevante entonces, tiene dos miradas: una interna propia del emprendedor, donde se pueden identificar variables comunes a los mismos como así también aquella más subjetiva que se definen por el propio emprendedor. A su vez, la otra mirada es la externa, del contexto y entorno donde la identificación de aspectos relevantes y comunes a quien emprende, pueden considerarse más objetivos, habituales y simples de identificar.

DISCUSIÓN

Para empezar un emprendimiento es necesario entonces, tener claro que se quiere y puede, hay una motivación fundante que impulsa a la persona a salir de una situación actual para llegar a otra. Luego, será necesario establecer: ¿cómo se hará?, ¿qué proceso creativo se pondrá en marcha?. Para esta cuestión, será pertinente contar con experiencia en los aspectos técnicos o al menos, estar capacitado para hacerlo o aprender de las vivencias de otros que ya pasaron por este proceso. Se puede establecer entonces que la motivación, el logro y la creatividad, como aspectos internos que deberán estar claros, es decir, trabajados por quien decide apostar a un negocio, aquellas cuestiones a ser definidas y elaboradas por el propio emprendedor. A partir de lo anterior entonces, deberá pensar en la conformación de una empresa, en el sentido de invertir recursos y administrarlos, será uno de los fines que también tienen que estar claros. Muchas veces esta cuestión es tratada como un aspecto implícito para quien se inicia en un negocio, pero que no siempre está identificada y establecida para quien reúne todos los requisitos apuntados, no está clarificado al momento de emprender.

La pregunta que surge es: ¿qué información requiere el emprendedor de

su entorno y del exterior para lograr con éxito su propósito?. Para responder a esta pregunta, se puede contrastar con los casos de la ciudad de Neuquén. Se construye un orden de prioridad establecido a partir de la investigación, considerada necesaria para el emprendedor.

Primer aspecto a considerar es el conocimiento de los futuros clientes, es decir la demanda: ¿qué necesidades tienen?, ¿qué quieren? y ¿qué compran?. A nivel del municipio de Neuquén, es notoria la utilización de estadísticas de ocupación y relevamientos de gasto turístico. El Departamento de Estadística de la Subsecretaría de Desarrollo Humano y Turismo Municipal lleva registros minuciosos e históricos de índices de ocupación, gasto turístico, consultas en centros de informes y vía página web oficial; asegurando la comparabilidad de los datos. Si bien (por cuestiones metodológicas) existe un fuerte desfase entre la obtención de los datos y su posterior publicación, las estadísticas elaboradas son enviadas sistemáticamente a la repartición provincial de turismo (actual Ministerio de Turismo de Neuquén). Para el público general que quiera disponer de los datos estadísticos, el proceso si bien un poco engorroso (incluye enviar un correo electrónico y completar un formulario web para recibir los mismos) es rápido y efectivo, aunque sólo se puede acceder a informes ya publicados, que en general tienen un año y medio de retraso desde la fecha de recolección de datos a la publicación de los mismos.

Se acuerda con Dwyer, Edwards, Mistilis, Roman & Scott (2009) en que la información actualmente disponible se publica con retardo, lo que implica que cuando los distintos agentes la consultan, solamente pueden obtener de ella un resumen sobre la realidad pasada, pero que no les permite conocer la realidad presente. La publicación de datos en tiempo real sobre oferta, demanda, recursos humanos, e incluso la previsión de tendencias de algunas variables de oferta y demanda, son aspectos clave para la toma de decisiones estratégicas: necesarios para coadyuvar al desarrollo local de la ciudad de Neuquén.

A partir de la determinación de qué quieren los clientes, será necesaria información sobre la oferta de productos y servicios que actualmente están ya en el mercado de referencia. Para ello, la información actualizada y real de quienes se constituyen en la oferta del destino es crucial. Esta cuestión no es solo útil para quienes van a introducirse en el mercado sino, además, como herramienta de promoción de los mismos y de la oferta con la que cuenta (y que puede ser vista como una potencialidad, saber con lo que aún se carece) para la dirección del destino. Para la conformación de la oferta además, será clave la determinación de inversión necesaria para su implementación, tanto de proveedores como de acceso al financiamiento para dicha inversión. Contar con una oferta integrada, implica obtener recursos económicos que permitan retroalimentar el emprendimiento y así, obtener un rédito entendido

como utilidades positivas. Es decir cuantificar la inversión a realizar, tanto en cantidades como en valores, sobre todo si no se cuentan con los recursos necesarios para hacer frente al comienzo del emprendimiento. La identificación de aquellos con los que si se cuenta (económicos como intangibles), también es una variable no menor a analizar y poner en valor al momento de valorizar todo lo que se va necesitar. Una vez identificada la inversión inicial, será necesario cuantificar aquellos recursos que tendrán que estar disponibles para cubrir los insumos y materia prima que permita realizar el servicio o completar el proceso productivo. Estas cuestiones se pueden definir como externas, dado que requiere de información del entorno, de otros oferentes y organizaciones que le permitan valorizar lo que se necesita para empezar. A priori, pareciera que es una información interna, pero que analizando su importancia, se puede definir que será externa dado que el valor de la mencionada inversión como de insumos, cuentan con un precio establecido por un proveedor o cadena de valor que funciona afuera del propio emprendimiento. Dichos valores no son constantes o iguales, depende del desarrollo de esos proveedores y de su localización. Es decir que no tendrá el mismo valor emprender en una ciudad cosmopolita como en una localidad más pequeña y distante de los centros de distribución.

Pero en la realidad, ¿qué se comparte?. Básicamente se pudo establecer que se comparten datos estadísticos e información que a priori, aparece como de utilidad para la consecución de los fines planteados por la política pública del sector turismo, por ejemplo, documentación sobre terrenos fiscales disponibles para inversiones, líneas de créditos habilitadas y asesoramiento técnico específico.

¿Cómo se la comparte? Actualmente, la información compartida sufre de un proceso burocrático que ralentiza los intercambios y afecta el proceso de toma de decisiones.

¿Cómo es el funcionamiento? El funcionamiento de los organismos es aislado, no se han implementado mecanismos que faciliten la coordinación entre los mismos. La falta de coordinación genera un claro desvío de la política pública sostenida por el gobierno. Ese desvío se podría deber principalmente a tres razones; a las decisiones que afectaron operativamente el funcionamiento continuo al interior de las organizaciones, a las políticas públicas hacia los emprendedores y a la falta de compromiso de los organismos para con la mencionada política pública definida, y el entramado legal vigente.

Si se hace foco en la coordinación y cooperación entre organismos de distintas jurisdicciones, es notable que la misma sea, en el mejor de los casos, escasa. Se presume que las diferencias entre dichas jurisdicciones pueden deberse a diferencias en prioridades políticas que a la falta de coordinación.

Es notoria la inexistencia de información prospectiva y de oportunidades de mercado o de análisis de comportamiento del consumidor (situación también compartida con el nivel municipal). Por otra parte, es evidente la falta de disponibilidad de manera oportuna de información estadística adecuada y accesible. En algunos casos existe hasta dos años de retraso en la publicación de la misma en las páginas web oficiales.

Esta inercia informativa, no permite establecer con claridad que objetivo se busca produciendo la información, a excepción hecha claro está, de aquella que es estadística, en la que se asume que la comparabilidad de datos debe mantenerse necesariamente, razón por la cual resulta lógico continuar realizando los informes estadísticos.

Es importante enfatizar nuevamente que, en todos los organismos, salvo casos excepcionales, no se ha casi implementado, (aunque se reconoce su potencial utilidad) la construcción de información prospectiva que permita conocer con más detalle y determinar acciones a seguir a los efectos de lograr mejores participaciones de mercado y permitir un mayor ajuste en el proceso decisorio no sólo del destino, sino también del sector privado quién es el que motoriza mayormente las inversiones en equipamiento. Existe una variada oferta de proveedores, pero la información está supeditada al interés del mismo en promocionar sus productos.

En cuanto al financiamiento para emprendedores, existe una oferta atractiva pero está dividida. El emprendedor tiene que acudir a cada organización para conocer sus condiciones y características, impidiendo que el acceso sea sencillo y acorde a las necesidades de los mismos. Es interesante considerar que hoy el acceso a la tecnología permite facilitar la difusión de la información y del acceso a la misma, y que aún, no se ha podido utilizar para que la información de las líneas crediticias vigentes pueda encontrarse en un solo lugar u organismo. Depende de las redes, tanto virtuales como personales del emprendedor, que le permita acceder a la información disponible, a convocatorias específicas de financiamiento así como de aportes no reembolsables. Es importante resaltar que hay una oferta de recursos para emprendedores, tanto a nivel nacional como provincial, en sus diversas instancias de ciclo de vida, pero que es difícil conocer en su totalidad dada la fragmentación en la información y las limitaciones de acceso.

Estas cuestiones analizadas anteriormente, contribuyen a entender las dificultades de acceso a la información específica de mercado, con la que se encuentran los empresarios por la escasez de coordinación entre los distintos actores involucrados directa o indirectamente en la gestión del emprendedor. Esta poca articulación y coordinación entre los actores involucrados, generaría un descrédito en los organismos encargados de gestionar la política pública

reduciendo la eficacia y eficiencia en la consecución de sus objetivos y reduciendo la participación de emprendedores e inversores privados o librando a su suerte a los mismos, sin posibilidades de orientar y sugerir, líneas de acción que coadyuven a una mejor gestión de los emprendimientos y a largo plazo, del destino. El acompañamiento es una necesidad de los emprendedores que aún no se atiende de manera sistemática, donde se puede ayudar a la conformación de la información interna, subjetiva y propia de cada emprendedor, como así también el acceso a la información externa, relevante y que permita el nacimiento y sostenimiento de emprendimientos en el sector turístico. Es importante mencionar que dicho acompañamiento puede resolverse de diversas maneras, lo atractivo es que pueda conformarse la asistencia técnica necesaria y pertinente con aquellos recursos y organizaciones ya existentes. De esta manera, se puedan generar emprendimientos sustentables, innovadores y que permitan conformar una oferta creativa para la ciudad, que se admita generar una instancia sostenida para emprendedores, principalmente nuevos y jóvenes, quienes cuentan con menos experiencia y recursos.

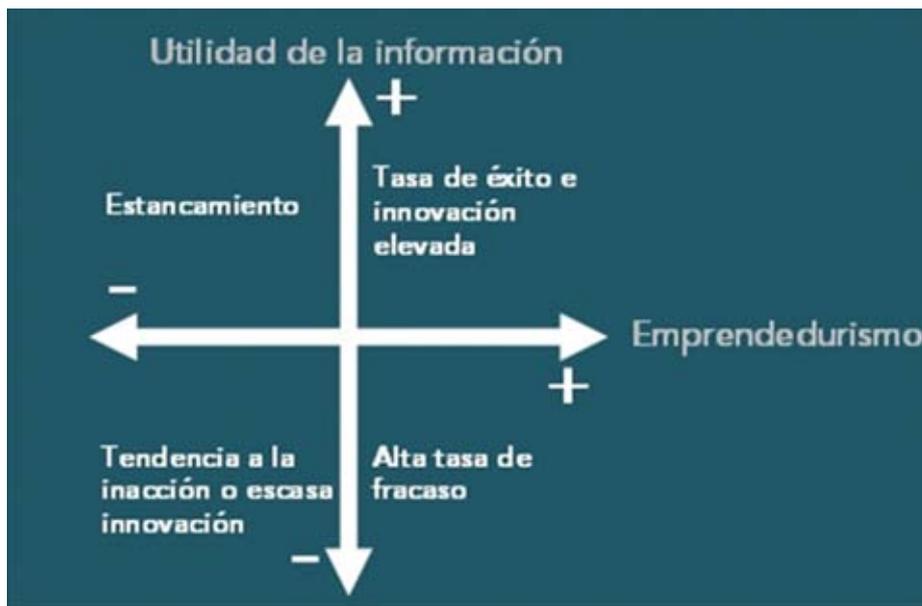
CONCLUSIONES

Prioritariamente deben reconocerse los destinatarios de la información y los tipos de dicha información que podrán recibir cada uno de ellos. Se debe enfatizar en que los usuarios puedan acceder a lo que requieren y puedan obtener la misma en función de sus propias necesidades. De este modo, se impone también, la prioridad de elaborar información prospectiva, de tendencias de mercado, de definición de productos – mercados, y toda aquella que permita ajustar mejor, la concreción de proyectos que puedan satisfacer los requerimientos de los visitantes en el destino.

La relación que se establece entre la utilidad de la información y el incremento de emprendedores, puede verse en la figura 2, donde la tasa de éxito del emprendedorismo y la innovación se incrementa a medida que exista información de calidad. A medida que pierde dicha calidad, hay tendencia a la inacción y a innovar en menor medida. Sin embargo, contar con información útil no alcanza si no existen emprendedores que quieran comenzar un proceso de innovación y de emprender.

Como alternativas de solución, es posible en la actualidad, recurrir a programas de Big Data que permitan, mediante el análisis de bases de datos disponibles de los organismos y la anexión de informes de tendencias disponibles en la web, la construcción de información específica que cumpla con los requisitos de ser completa, (que incluya todos los datos que sean de utilidad para el usuario); pertinente (incorporando solamente aquellos datos necesarios); oportuna (que la obtención de la misma sea en el momento adecuado y

Figura 2. Relación emprendedorismo e información



Fuente: elaboración propia.

conveniente); flexible (que pueda integrarse a otros datos adaptándose a diversas circunstancias, situaciones o necesidades); simple (que presente pocas dificultades o complicaciones para obtenerla) y por consecuencia de todo lo anterior, que sea económica para el usuario (en la actualidad la departamentalización funcional de los organismos municipales y provinciales obliga a realizar múltiples trámites para obtener información en el mejor de los casos incompleta, con el consiguiente aumento de costos para el usuario).

Asimismo, la cooperación entre los sectores público y privado es considerada cada vez más, como un requisito prioritario para mejorar la aptitud del mercado turístico. La competitividad es entendida como “un proceso de generación y difusión de competencias, el cual depende no solo de factores micro – económicos sino también de las capacidades que ofrece un territorio para facilitar las actividades económicas” (González y Mendieta, 2009, p. 113). La mirada más amplia para considerar al sector turístico como un sector competitivo, evidentemente parte de trabajar cada uno de los eslabones que lo conforman, considerando que los emprendimientos nuevos pueden ser una manera muy interesante de comenzar el proceso. Dichos emprendimientos son supuestos como un factor micro pero que, a lo largo del tiempo, diversifica, recrea y dinamiza un destino. Cuando existe una articulación entre sectores, que influyen para que la creatividad y la innovación sea el eje de la política

pública hacia las necesidades de los emprendedores, es más fácil la concreción de nuevos oferentes. En el caso analizado, la información requerida es clave para arrancar hacia la riesgosa y atrevida senda, de llevar adelante un negocio turístico propio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amaya Amaya, J. (2010) Toma de decisiones gerenciales: métodos cuantitativos para la administración (2a. Ed.) México D.F: Eco Ediciones.
- Carland, J.C. & Carland, J.W. (1997). Entrepreneurship: an american dream. *Journal of business and entrepreneurship*, 9 (1), 33-45.
- Dwyer, L.; Edwards, D.; Mistilis, N.; Roman, C. & Scott, N. (2009) Destination and Enterprise management for a tourism future. *Tourism Management*, 30 (1), 63-74.
- Filion, J. L. (2003). Emprendedores y propietarios-dirigentes de la pequeña y mediana empresa (pyme). *Administración y Organizaciones*, 34, (2).
- González, R y Mendieta, M. (2009) Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. Cuadernos de Turismo N° 23. Universidad de Murcia.
- González, R.y Perini, M.M. (2014). *Formulación de Proyectos Turísticos. Pautas para microemprendimientos*. Neuquén: EDUCO.
- Herrera, D. (2002). *La persona y el mundo de la experiencia*. Bogotá: Universidad de San Buenaventura.
- Kirzner, I. (2007). El empresario. *Revista de Economía y Derecho*, 4(14).
- Lambin, J.J. (1996). *Marketing estratégico*. Bogotá: Mc. Graw Hill.
- Mancini M. y Toros Scorians C. (2011). Evaluación Económico-Financiera de Pequeños Proyectos en Hotelería. Neuquén. Educo.
- Orrego Correa, C. I. (2014). La voluntad de emprender: un estudio fenomenológico. *Estrategias*, 12(22), 17-28. doi: <http://dx.doi.org/10.16925/es.v12i22.959>
- Santágata, H. (2011) La importancia de un Observatorio Turístico en la Provincia de Buenos Aires como instrumento de orientación en la toma de decisiones y en la planificación. *Notas en Turismo y Economía*, 3.

Índice

La teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos: el caso de Tandil. Valeria Alejandra Diez	1
Preferencias, hábitos de viaje y grado de satisfacción de los visitantes a centros de turismo comunitario en 6 provincias del Ecuador. Edison Rubén Molina Velásquez, Enrique Armando Cabanilla Vásconez y Jhony Fernando Méndez Játiva	27
Condominios: indicadores del cambio del post-turismo. El caso de Pucón, Chile. Jessica R. Wojtiuk y Adriana M. Otero	53
Paradigma mixto y los estudios de turismo. Ensayo. Zyanya Ma. Villa Zamorano y Tomás J. Cuevas Contreras	75
Perfil de los visitantes de festivales. Caso de estudio International Tattoo Fest Guayaquil 2017. Evelyn Denisse Montalvo Cedeño y César Andrés Vélez Del Hierro	87
Turismo en territorios de Vaca Muerta. ¿Puede convivir con los impactos del Fracking? Ensayo. M. Alejandra Gazzera y Marcelo Impemba	103
Información accesible para emprender en turismo. Martin Herrero y Magdalena Perini	113

Universidades Integrantes



Universidad Nacional
del Comahue



Universidad Nacional de
Mar del Plata



Universidad Nacional
del Sur



Universidad Nacional
de Misiones



Universidad Nacional de la
Patagonia San Juan Bosco



Universidad Nacional
de San Juan



Universidad Nacional
de Lanús



Universidad Nacional
de La Plata



Universidad Nacional de
Quilmes



Universidad Nacional
de San Martín



Universidad Nacional del
Centro de la Provincia de
Buenos Aires



Universidad Nacional
de San Luis



Universidad Nacional
de Tierra del Fuego,
Antártida e Islas del
Atlántico Sur



Universidad Nacional
de Río Negro



Universidad Nacional
de la Patagonia Austral



Universidad Nacional
de Cuyo



Universidad Nacional
de Avellaneda

